



● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

2010 Laurea Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

Kouluruokailu.fi Internet-sivujen rungon suunnittelu

Jenni Topp
Paljo
Opinnäytetyö
Huhtikuu 2010

Jenni Topp

Kouluruokailu.fi Internet-sivujen rungon suunnittelu

Vuosi

2010

Sivumäärä 49

Opinnäytetyön aiheena on Laurea-ammattikorkeakoulun omistamien kouluruokailu.fi nimisten Internet sivujen rungon suunnittelu. Opinnäytetyö kuuluu osaksi pohjoismaista Gustohanketta, jonka yhtenä pääteemoista on suomalaisen kouluruokailun imagon kohottaminen. Sivujen pääasiallisena kohderyhmänä tulevat olemaan yläasteikäiset nuoret. Opinnäytetyö on toiminnallinen kehittämistyö, jonka kehittämismenetelmänä on käytetty innovatiivista 8x8 ideointimenetelmää.

Työn tarkoituksena on tuottaa hyvä ja käyttökelpoinen suunnitelma kouluruokailusivujen rungosta. Tavoitteena on saada nuoret kiinnostumaan sivustosta ja myöhemmin myös osallistumaan niiden kehittämiseen. Työn tuotoksena syntyy suunnitelma siitä, millaiset kouluruokailusivut voisivat olla, jotta ne palvelisivat parhaalla mahdollisella tavalla käyttäjäryhmäänsä. Tämän työn luonnollisena jatkona voisi toimia opinnäytetyö, jossa sivujen prototyyppiä testattaisiin käyttäjillä ja kehitettäisiin edelleen toimivammaksi kokonaisuudeksi käyttäjäryhmää varten.

Työssä on käytetty apuna taustatutkimuksia suomalaisen kouluruokailun imagosta ja sen näkyvyydestä mediassa. Teoreettinen viitekehys rakentuu imagosta ja sen merkityksestä mielikuvien luoja ja imagon kehittämisen mahdollisuuksista. Teoriaosuudessa avataan median ja sosiaalisen median keskeiset käsitteet ja välineet sekä paneudutaan sosiaalisen median merkitykseen nuorten elämässä. Kehittämistyö ja sen merkitys uusien tuotteiden luomisessa ovat myös keskeisessä roolissa teoria osuudessa. Teoriassa käsitellään myös lyhyesti Internet-sivujen sisällön suunnittelua, vaikka painopiste teorian suhteen tulee olemaan imagon, median ja sosiaalisen median parissa. Tekijän opiskelutausta sekä ydinosaaminen painottuu ravitsemisalalle ja tästä syystä tietotekninen teoria on jätetty työssä pienempään rooliin.

Sivuston rungon suunnittelussa on käytetty apuna espoolaisen Kaitaan koulun kahdeksannen luokan oppilaita. He osallistuivat sivujen ideointiin ja toivat työhön arvokkaita mielipiteitä ja näkökulmia. Ideointi suoritettiin Englannin opettaja Janne Vierimaan tunnilla. Työtä arvioitiin kolmesta näkökulmasta. Suunnitelmaa verrattiin Iloveschoolmeals.co.uk nimiseen kouluruoka sivustoon ja tämän jälkeen tuotosta arvioitiin. Toimeksiantaja ja työn tekniset toteuttajat antoivat mielipiteitään työstä ja arvioivat suunnitelman käyttökelpoisuutta. Arvioiden pohjalta suunnitelmasta tehtiin toinen versio, jota teknisestä toteutuksesta vastaavat henkilöt käyttävät työnsä apuna. Kolmantena arviointinäkökulmana ovat käyttäjät. Itäkeskuksen koulun yhdeksannen luokan oppilaat arvioivat työtä ja antoivat mielipiteitä runkosuunnitelmasta.

Asiasanat: Gustohanke, ideointimenetelmä, imago, kouluruokailu Internet-sivujen suunnittelu, sosiaalinen media.

Jenni Topp

A frame plan for Kouluruokailu.fi website

Year	2010	Pages	49
------	------	-------	----

The objective for the thesis is to plan a frame for a website called kouluruokailu.fi. The website is owned by Laurea University of applied sciences and it is a part of the Scandinavian research project called Gusto. One of the main goals in Gusto project is to improve the image of Scandinavian school meals. The aim at Kouluruokailu.fi website in Gusto project is to work as an improvement tool for school meals image. The target group for the website is going to be teenagers aged 14 to 16 years. This thesis is a functional development project and all the development ideas are produced with innovative 8x8 method.

The aim of the thesis is to produce a good and useable website plan for Gusto projects employer Auli Guiland and website creators Jaeseong Park and Marc Heitkamp. The goal is to create an interesting website for teenagers which would also stimulate them to take part in the development work for the website. The final product will be a frame plan which serves all the partners and target group members as well as possible. A natural continuation for this plan would be a prototype testing and later on some development work which could be done by another Laurea student.

The background research used information about Finnish school meals and their visibility in the media and social media in Finland. The theoretical context in the thesis is built with theory about image, social media, development work and website planning. All the theoretical terms are carefully solved but the main focus in the theory is image, media and social media and how the articles affect young people's lives.

The planning process used ideas and opinions from target group members. Students from Kaitaa School in Espoo gave their ideas about the school meal website and also some new perspectives for the research worker. The students were in eighth grade and their teacher Janne Vierimaa was happy to do some co-operation in the project. Research was carried through in the course of their English class. The thesis has been evaluated with three different perspectives. It was compared to another school meal website called Iloveschoolmeals.co.uk by using benchmarking methods. It was also evaluated by the employer Auli Guiland and website creators. The last evaluation perspective was given by students from Itäkeskus School in Helsinki. They gave feedback from the website frame plan which was introduced to them with PowerPoint presentation.

Keywords: Gusto project, Ideation method, image, School meal website planning, social media.

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Tutkimuksen lähtökohdat.....	7
2.1	Tavoite ja tarkoitus.....	7
2.2	Gustohanke.....	8
2.3	Aiemmat tutkimukset	8
3	Kouluruuan imago mediassa.....	10
3.1	Imagon tarve ja merkitys	11
3.2	Imagon kehittäminen	12
3.3	Median merkitys mielikuvien luojana.....	12
3.4	Suomalainen kouluruoka mediassa	13
4	Sosiaalinen media	14
4.1	Sosiaalisen median ja perinteisen median eroja	14
4.2	Sosiaalisen median ilmentymiä ja välineitä	15
4.3	Sosiaalisen median merkitys nuorille	17
5	Internet-sivustojen suunnittelusta	18
5.1	Internet-sivujen tarve ja kohderyhmä.....	19
5.2	Tavoitteiden määrittely.....	20
6	Opinnäytetyön kehittämismenetelmä	21
7	Ideointi Kaitaan koululla.....	24
7.1	Kouluruokailu	25
7.2	Kouluruokailu.fi	27
7.3	Positiivisia asioita kouluruuasta	29
8	Kouluruokailu.fi verkkosivut	30
8.1	Teemat ja rungon suunnittelu	30
8.2	Informatiiviset otsikot.....	31
8.3	Interaktiiviset otsikot.....	33
9	Runkosuunnitelman arviointi.....	35
9.1	Toimeksiantajan arviot ja sivustosunnitelman kehittäminen	36
9.2	Käyttäjäryhmän arviot	38
9.3	Iloveschoolmeals.co.uk benchmarking	40
10	Johtopäätökset	43
	Kuviot ja kuvat	47
	Liite 1: Kouluruokailu.fi arviointilomake	48

1 Johdanto

Opinnäytetyön aiheena on Laurea-ammattikorkeakoulun omistamien kouluruokailu.fi nimisten Internet sivujen rungon suunnittelu. Opinnäytetyö kuuluu osaksi pohjoismaista Gustohanketta, jonka yhtenä pääteemoista on suomalaisen kouluruokailun imagon kohottaminen. Sivujen pääasiallisena kohderyhmänä ovat ylä-aste ikäiset nuoret. Seuraavassa luvussa selostetaan tarkemmin Gustosta ja Laurean roolista tässä hankkeessa.

Työn tuotoksena syntyy kirjallinen suunnitelma siitä, millaiset kouluruokailu.fi sivut voisivat olla, jotta ne palvelisivat parhaiten käyttäjäryhmäänsä eli 13 - 16 -vuotiaita nuoria. Työssä on käytetty apuna taustatutkimuksia suomalaisen kouluruokailun imagosta sekä sosiaalisen median merkityksestä nuorten elämässä. Teoriaosuudessa käsitellään imagoa ja sen kehittämistä sekä mediaa ja sen merkitystä mielikuvien luoja. Myös sosiaalinen media sekä sen merkitys nuorille on tärkeässä osassa teoreettisessa viitekehyksessä. Teoriaosuudessa sivutaan myös Internet sivujen sisällön suunnittelua, vaikka painopiste teorian suhteen tulee olemaan imagon, median ja sosiaalisen median parissa. Tekijän opiskelutausta sekä ydinosaaminen painottuu ravitsemisalalle ja tästä syystä tietotekninen teoria on jätetty työssä pienempään rooliin.

Sivuston rungon suunnittelussa on käytetty apuna espoolaisen Kaitaan koulun kahdeksannen luokan oppilaita. He osallistuivat sivujen ideointiin ja toivat työhön arvokkaita mielipiteitä ja näkökulmia. Työn lopullisessa arvioinnissa avustivat itäkeskuksen koulun yhdeksännen luokan oppilaat, sekä työn toimeksiantaja.

Opinnäytetyö rakentuu kymmenestä luvusta, joista ensimmäisessä, johdannon jälkeen tulevassa luvussa avataan tutkimuksen lähtökohdat ja perehdytään muutamiin aihetta käsitteleviin tutkimuksiin. Seuraavana tuleva teoriaosio rakentuu imagon tutkimuksesta ja kehittämisestä sekä median ja sosiaalisen median peruskäsitteiden avaamisesta. Teoriassa esitellään yksityiskohtaisemmin sosiaalisen median välineitä ja niiden merkitystä nuorten elämässä. Koska työn aiheena on Internet-sivujen rungon suunnittelu, kyseisen teorian keskeiset käsitteet on tärkeää avata. Tekijän ydinosaaminen painottuu ravitsemisalalle, joten Internet-sivujen tekoa ja websuunnittelua käsittelevä teoria on jätetty vähemmälle. Teoriaosion jälkeen käydään läpi työssä käytetyt tutkimus- ja kehittämismenetelmät sekä perustellaan niiden käyttötarkoituksia. Luvut seitsemän, kahdeksan ja yhdeksän käsittelevät itse tutkimusta ja sen tuloksia, sekä arviointiprosessia. Viimeisenä on yhteenveto opinnäytetyöstä, jossa kirjoittaja analysoi prosessin kulkua ja tuo esille omia mielipiteitään tutkimuksen onnistumisesta.

2 Tutkimuksen lähtökohdat

Opinnäytetyön aihe löytyi opinnäytetyökurssilla esitellyistä Laurean hankkeista. Opiskelijoille esiteltiin useita projekteja mutta kiinnostuin hankkeesta, jonka aiheena oli suunnitella alustava runko Laurean omistamille kouluruokailu.fi nimisille Internet sivuille. Projekti kuuluu osaksi Gusto nimistä hanketta, joka on puolestaan osa Laurea-ammattikorkeakoulun hyvinvointiosaamisen kehittämisohjelmaa. Gustohankkeen alla on tuotettu tutkimus suomalaisen kouluruokailun imagosta, jossa olin itse myös mukana. Tekeillä on myös useampia opinnäytetöitä saman projektin alla. Gustohankkeen vetäjänä toimii yliopettaja Auli Guillard.

Toimeksianto tähän opinnäytetyöhön on tuottaa runkosuunnitelma Kouluruokailu.fi nimisille Internet sivustolle. Laurea omistaa oikeudet kyseiseen Internet osoitteeseen ja ensimmäiset versiot sivustosta halutaan valmiiksi vuoden 2010 keväällä. Tämän työn valmistuttua sivujen tekninen toteutus aloitetaan Laurean kansainvälisessä tutkimusyksikössä. Tehtävänä on siis suunnitella sivustolle runko, jonka pohjalta tekninen toteutus tehdään. Internet-sivujen tarkoituksena on saada nuoret koululaiset kiinnostumaan kouluruokailusta ja toimimaan aktiivisemmin aiheen parissa. Toimeksiantajien toiveena on myös, että nuoret osallistuisivat itse sivuston suunnitteluun, esimerkiksi kilpailujen tai palautteiden muodossa.

2.1 Tavoite ja tarkoitus

Opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa hyvä ja käyttökelpoinen suunnitelma kouluruokailu.fi sivustojen rungosta. Suunnitelman käyttökelpoisuutta, toimivuutta ja mielekkyyttä arvioivat sen tekniset toteuttajat ja toimeksiantaja. Sivuston tulisi olla helposti ymmärrettävä ja sen pääotsikoiden tulisi olla houkuttelevia, jotta nuoret kiinnostuisivat niistä.

Sivujen toimivuuden ja kiinnostavuuden taas arvioivat sen käyttäjät. Tämän työn luonnollisena jatkona voisi toimia opinnäytetyö, jossa sivujen prototyyppiä testattaisiin käyttäjillä. Tavoitteena on siis saada nuoret kiinnostumaan sivustosta ja myöhemmin myös osallistumaan niiden kehittämiseen. Jos tämä saavutetaan, voidaan sivustoa kutsua hyväksi työkaluksi suomalaisen kouluruuan imagon kohottamisessa.

2.2 Gustohanke

Gusto on Laurea-ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehitysyksikkö Velon vuonna 2006 aloittama hanke. Tutkimushankkeen vastuuryhmään kuuluvat yliopettajat Auli Guillard, Olli Vilkki ja Susanna Kivelä sekä tutkimusjohtaja Petteri Ikonen. (Guillard, Ikonen, Kivelä & Vilkki 2006, 3.)

”Guston tavoitteena on edistää ravitsemispalveluiden käyttäjälähtöistä kehittämistä. Hankkeessa kerätään ja jalostetaan käyttäjä- ja käytettävyydestä tietoa, minkä pohjalta kehitetään käyttäjäskenaarioita ja edelleen palvelu- ja tuotekonsepteja. Kyseessä on poikkitieteellinen tutkimushanke ja monialainen kehittämisprojekti. Siinä pyritään yhdistämään terveys-, elintarvike-, ravitsemispalvelu-, tieto- ja viestintäteknologian sekä liiketalouden tietämystä ja lähestymistapoja. Hanke on osa Laurean hyvinvointiosaamisen tutkimus- ja kehittämisohjelmaa.” (Guillard ym. 2006, 3.)

Guillard, Ikonen, Kivelä & Vilkki (2006) kertovat tutkimushankkeensa kuvauksessa, että ”nuoriin ja työikäisiin kohdistuvista osahankkeista hyötyy työsuojelu- ja työterveystoiminta. Tutkimuksen tulosten avulla lisääntyvä tietämys ravitsemispalvelukäyttäjän odotuksista edesauttaa aiempaa laadukkaampien ja paremmin kohdennettujen tuotteiden ja palveluiden suunnittelussa ja tuotannossa”.

Uudet tuotteet ja palvelut, jotka vastaavat käyttäjän odotuksia ja toiveita, luovat positiivisia tuntemuksia. Näin palveluiden käyttö vakiintuu ja ravitsemuspalveluiden terveydellinen vaikutus heijastuu työntekijöiden ja koululaisten hyvinvointiin. Myös koulutyössä viihtyminen ja selviytyminen lisääntyvät. (Guillard ym. 2006, 5.)

Projektin yhteistyökumppaneina toimivat Laurea-ammattikorkeakoulu ja espoolainen Kaitaan koulu sekä Itä-Helsingissä sijaitseva Itäkeskuksen koulu. Kaitaan koulun kahdeksannen luokan oppilaat osallistuivat kouluruokailu.fi sivujen ideointiin ja itäkeskuksen koulun yhdeksännen luokan oppilaat puolestaan valmiin runkosuunnitelman arviointiin. Laurean sisällä yhteistyökumppaneina toimivat yliopettaja Auli Guillard ja kansainvälisen kehittämislaboratorion työntekijät, jotka tulevat vastaamaan Internet-sivujen teknisestä toteutuksesta.

2.3 Aiemmat tutkimukset

Laurea-ammattikorkeakoulu on tuottanut Gustohankkeen puitteissa useampia tutkimuksia liittyen ravitsemispalveluihin ja hyvinvointiin. Laurean opiskelijoiden tuottamien tutkimusten

perusteella suomalaisen kouluruokailun imagossa olisi kehitettävää. Tästä johtuen Gustohankkeessa halutaan kehittää työkaluja tilanteen parantamiseksi. Kouluruokailu.fi sivusto on yksi näistä imagon kohottamiseen suunnitelluista työkaluista.

Kouluruuan imagon kohottaminen Gustohankkeen puitteissa aloitettiin Laurea-ammattikorkeakoulussa vuonna 2008. Projekti käynnistyi selvityksellä, jossa tutkittiin kouluruokailua palveluna ja koululaisia sen käyttäjinä eli kuluttajina. Tutkimukseen osallistui neljä suomalaista koulua sekä kaksi ruotsalaista ja virolaista koulua. Koululaisten lisäksi tutkimukseen haastateltiin kolmen suomalaisen koulun kotitalousopettajia. Tutkimuksessa haluttiin selvittää nuorten mielikuvia kouluruuasta ja vertailla vastauksia eri koulujen välillä. Kaikki tieto kerättiin teemahaastattelujen avulla ja kaikista haastattelukohteista nousi vahvasti esille samoja teemoja. Näitä olivat nuorten asenne, ruuan laatu ja ruokailuaika sekä hygienia. (Antinluoma & Guiland 2009, 20 - 21.)

Ylä-aste ikäisten kouluruokailusta on tehty melko paljon valtakunnallisia tutkimus- ja mielipidekyselyitä. Ensimmäinen toteutettiin vuonna 1988. Tämän jälkeen kyselyitä on tehty 1994, 1998 ja 2003. Kyselyiden tarkoituksena on ollut selvittää, kuinka nuoret suhtautuvat kouluruokaan, millaista se heidän mielestään on ja mitä he kouluruokailussa syövät. Tutkimusten tavoitteena on myös ollut tuottaa tietoa kunta- ja koulukohtaisten selvitysten vertailutiedoksi. (Hasunen & Urho 2003, 14.)

Voidaan siis todeta, että suomalaisesta kouluruuasta on tehty useita tutkimuksia ja kartoituksia, joissa on havaittu kouluruuan imagon olevan heikko. Ruuan laadun parantamiseksi onkin lähivuosina tehty paljon töitä ja hyviin tuloksiin on päästy. Silti nuorten asenteet kouluruokaa kohtaan ovat edelleen melko negatiivisia. Tarvitaan siis keinoja ja työkaluja, joilla pystyttäisiin vaikuttamaan näihin negatiivisiin asenteisiin (Aarnio, Enckell, Eräjärvi & Jäntti 2008, 11 - 14.)

Kouluruuan huonoon imagoon vaikuttaviksi tekijöiksi nimettiin esimerkiksi ruokalistojen vaihtumattomuus, ruuan mauttomuus, ruuan lämpötila, henkilökunnan asenteet ja ruokalan ympäristö. Suomalaisella kouluruualla on olemassa siis tietty imago mutta brändeille ominainen tasalaatuisuus puuttuu. (Aarnio ym. 2008, 11 - 16.) Tutkimuksissa todettiin myös, että kohderyhmänä käytettyjen 13 - 16-vuotiaiden nuorten mielipiteisiin vaikuttavat hyvin suuresti kavereiden mielipiteet ja ryhmässä syntyvä paine. Nuoret eivät uskalla ilmaista mahdollista ryhmästä eroavaa mielipidettään, vaan menevät mieluummin massan mukana ja näin yhden vahvan henkilön mielipide saattaa määrätä suurenkin joukon mielipiteen. (Aarnio ym. 2008, 15 - 18.)

Kouluruokailututkimuksessa mukana olleiden opettajien mielipiteet erosivat oppilaiden mielipiteistä jonkin verran, sillä suurin osa heistä piti suomalaista kouluruokaa hyvänä ja maittavana. Opettajat kuitenkin tiedostivat oppilaiden asenteet ja niiden vaikutuksen kouluruokailun imagon rakentumisessa. Kotitalousopetuksen aloittamisen aikaistamista pidettiin opettajien keskuudessa hyvänä keinona vaikuttaa nuorten asenteisiin kouluruokaa kohtaan. Opettajien huolen aiheena olivat myös negatiiviset lehtiartikkelit, joita suomalaisesta kouluruuasta on lähivuosina kirjoitettu. (Niemi, Parviainen & Topp 2008, 10 - 13.)

3 Kouluruuan imago mediassa

Imago sana tarkoittaa ilmiön, organisaation tai tuotteen antamaa kuvaa, vaikutelmaa tai mielikuvaa, jonka asiakas muodostaa. Imago on sana, johon melkein jokainen törmää päivittäin. Kun puhutaan imagosta, kohde on yleensä julkinen ja sanalla voidaan tarkoittaa joko positiivista tai negatiivista imagoa. Nykyään puhutaan paljon imagosta ja siitä, onko jonkin asian imago hyvä, huono vai eikö sitä ole ollenkaan. Imago voidaan ymmärtää myös kertojan tuottamaksi esitykseksi tai viestiksi. Näin ollen jokaisen on mahdollista muokata imagoaan juuri sellaiseksi, kun itse haluaa. Nykyään kilpailua ja tarjontaa erilaisten tuotteiden välillä on niin paljon, että se vaikeuttaa positiivisen imagon luomista sekä sen näkyvyyttä markkinoilla. (Karvonen 1997, 18, 53.)

Kouluruokalan on mahdotonta luoda ihmisten mieliin imagoa tai mainetta, sillä jokainen yksilö muodostaa mielikuvansa ensivaikutelman tai kuulemansa perusteella. Jokainen koululainen on varmasti luonut oman mielipiteensä kouluruuasta, joko omien kokemusten pohjalta tai muilta kuulemiensa mielipiteiden perusteella. Näiden mielikuvien rakentuminen alkaa jo hyvin pienestä. Niitä omaksutaan joko kavereilta tai sisaruksilta ja niihin on helppo samaistua, vaikka itse olisikin eri mieltä. (Antinluoma & Guiland 2009, 20.)

Imagoa voidaan ajatella yrityskuvana. Yrityskuva on asiakkaan muodostama mielipide yrityksestä mutta se voi myös olla yrityksen tietoisesti itsestään antama kuva. Imago sanaan liittyy usein myös negatiivisia puolia, kuten omassa tapauksessani, jossa suomalaisen kouluruuan huonoa imagoa halutaan parantaa. Molempiin, Imagoon sekä yrityskuvaan liittyy vahvasti yrityksen maine. Maine rakentuu kahdesta asiasta, joista ensimmäinen on tunnettuus. Asiakkaat tunnistavat ja muistavat yrityksiä usein niiden maineen perusteella. Maine rakentuu oikeastaan samoista asioista kuin imago eli siitä, millaisen kuvan asiakas on muodostanut yrityksestä. Yrityksen on vaikea rakentaa mainettaan itse, koska jokainen asiakas muodostaa oman mielikuvansa yrityksestä omien arvojensa ja mielipiteidensä perusteella. Toinen seikka on oman arvionsa tuominen julki, eli niin sanotun hyvän tai huonon maineen lausuminen ääneen. Yrityksen maine siis rakentuu yksilöiden mielipiteiden

perusteella ja se leviää asiakkaiden kertoessa kokemuksiaan eteenpäin. Myös mediaviestintä ja julkisuus levittävät yrityksen mainetta eteenpäin. (Pitkänen 2001, 15 - 20.)

3.1 Imagon tarve ja merkitys

Jos potentiaalinen asiakas ei tunne yritystä tai sen tuotteita ja toimintatapoja tarpeeksi hyvin, ei hän mitä todennäköisimmin tule käyttämään sen tarjoamia palveluita. Ongelmana saattaa olla myös yrityksen itsestään antama mielikuva, joka ei houkuta asiakkaita ottamaan yhteyttä. Mielikuviin liittyvät ongelmat ja tunnettuuden puuttuminen liittyvät usein toisiinsa. Jos asiakas ei ota yhteyttä palvelun tarjoajaan, ei yrityksellä ole myöskään mahdollisuutta näyttää omia taitojaan ja osaamistaan. Nämä kontaktit ovat siis elin tärkeitä yrityksille. Asiakkaiden saamat positiiviset mielikuvat ja kokemukset luovat yritykselle hyvää imagoa. Hyvä imago suojelee yritystä myös pieniltä virheiltä tai epäonnistumisilta. Asiakas unohtaa pienen epäonnistumisen helpommin, jos hänen mielikuvansa yrityksestä on jo entuudestaan hyvä ja aiemmat kokemukset ovat positiivisia. (Jauhola & Siipola 1998, 63 - 65.)

Yritys hyötyy hyvästä imagosta lukemattomilla tavoilla. Jokainen yritys luonnollisesti haluaa asiakkaidensa, työntekijöidensä, yhteistyökumppaneidensa ja muiden sidosryhmiensä puhuvan itsestään positiiviseen sävyyn. Hyvän imagon ja suhteiden ylläpitäminen edesauttaa positiivisen sanoman leviämistä. Hyvä imago vaikuttaa myös median käyttäytymiseen. Siihen miten yrityksestä kirjoitetaan ja millaista kuvaa media haluaa siitä luoda. Halutaanko yrityksen mielipiteitä ja sanomisia tuoda julki eli pidetäänkö sitä luotettavana ja arvostettuna lähteenä. Yrityksen imagoa tarkastelevat myös sen työntekijät. Ovatko he ylpeitä omasta työpaikastaan ja puhuvatko he siitä positiivisesti eteenpäin. Hyvää imagoa voidaan mitata myös sillä, kuinka paljon uusia työntekijöitä yritykseen hakee. Hyvän maineen omaavan yrityksen on helpompi saada itselleen hyvä henkilöstö, sillä hakijoitakin on paljon. (Jauhola & Siipola 1998, 66.)

Hyvän yrityksen imagon luomiseksi on tärkeää antaa asiakkaalle hyvä ensivaikutelma. Ensivaikutelmaan vaikuttavia tekijöitä ovat esimerkiksi ympäristö, henkilökunnan käytös, muiden asiakkaiden mielipiteet ja käytös, sekä asiakkaan odotukset ja jo olemassa oleva mielikuva yrityksestä. Usein asiakas muodostaa ensivaikutelmansa ennen, kun on edes tavannut yrityksen edustajia. Ympäristö ja yrityksen toimitilat ovat siis tärkeässä roolissa ensivaikutelman muodostumisessa. (Lahtinen & Isoviita 2001, 1 - 3.)

Laurea-ammattikorkeakoulussa 2008 aloitetun tutkimusten mukaan peruskoulua käyvät nuoret ovat muodostaneet suomalaisesta kouluruuasta negatiivisen mielikuvan. Tutkimuksessa tehtyjen haastatteluiden mukaan tähän liittyvät vahvasti ruokalan ympäristö, ruuan laatu,

hygienia ja henkilökunnan käytös ja asenteet. Mielikuviin ovat vaikuttaneet sekä omat kokemukset että kavereiden mielipiteet. (Antinluoma & Guiland 2009, 20 - 24.)

3.2 Imagon kehittäminen

Jauhola ja Siipola (1998, 67) lainaavat tutkimuksessaan Vuokkoa (1993) ja toteavat, että hyvän imagon kehittämiseen tarvitaan kahta tekijää; hyvää viestintää ja hyvää toimintaa. Viestinnän avulla tiedotetaan yrityksen lupauksista ja toiminnan avulla nämä lupaukset toteutetaan. Yrityksen antamat lupaukset on oltava sellaisia, että ne pystytään myös toteuttamaan. Motivoitunut ja työstään innostunut henkilökunta on äärimmäisen tärkeä tekijä yrityksen imagoa rakennettaessa. Koko yrityksen on sitouduttava imagon kohottamiseen ja projektille on määriteltävä tarkka tavoite. (Jauhola & Siipola 1998, 66 - 71.)

Imagon kohottamisen työkaluna voidaan käyttää seuraavaa kaavaa, jota Pitkänen (1998, 69 - 70) on myös lainannut Ropelta ja Metheriltä (1987) omaan tekstiinsä. Ensimmäisenä määritellään missä mennään eli millainen oman yrityksen tämän hetkinen imago on. Seuraavaksi mietitään millainen imago halutaan luoda eli millaisia asioita yrityksen asiakkaat ja sidosryhmät arvostavat. Tämän jälkeen viedään määritellyt tavoitteet yrityksen sisällä käytäntöön ja motivoidaan, sekä sitoutetaan henkilökunta mukaan prosessiin. Kun henkilökunta on koulutettu ja motivoitu toimimaan imagon kohottamiseksi, siirrytään ulkoisiin toimenpiteisiin. Aletaan parantaa yrityksen ulkoista viestintää ja kehitetään toimintaa määriteltyn suuntaan. Viimeisenä vaiheena imagon kohotus prosessissa mitataan tuloksia ja verrataan niitä asetettuihin tavoitteisiin. Pohditaan ovatko toimenpiteet vaikuttaneet asiakas määrin ja asiakastyytyvyyteen. Mikäli haluttuja tuloksia ei ole syntynyt, ryhdytään uusiin toimenpiteisiin asian korjaamiseksi.

3.3 Median merkitys mielikuvien luoja

Medialla tarkoitetaan joukkoviestintää tai joukkoviestimiä, kuten esimerkiksi lehdistöä, televisiota ja radiota. Median tarkoituksena on tarjota ihmisille informaatiota ja viihdettä. Median avulla voidaan myös lisätä ihmisten yhteisöllisyyden tunnetta. Media voidaan jakaa kolmeen luokkaan, joista ensimmäinen on esittävä media. Esittävällä medialla tarkoitetaan mediaa, jossa viestitään äänen, kasvojen, kehon tai eleiden avulla. Tässä tapauksessa viestijä muuttuu itse mediaksi. Toinen median ilmentymä on edustava media, jossa käytetään jotakin esteettistä välinettä, kuten maalausta, kirjaa, valokuvaa tai sanomalehteä tuomaan viestiä esille. Kolmantena median muotona toimii mekaaninen media, joka on yhdistelmä molempia edellä mainittuja median ilmentymiä. Esimerkkejä mekaanisesta mediasta ovat televisio, radio, puhelin, elokuva ja joukkoviestimet. (Kuutti 2006, 129.)

Nykyaikana varmasti suurin ja merkittävin mielikuvien tuottaja on media. Nykypäivänä tietoa on saatavilla koko ajan ja useista lähteistä. Radio, tv, lehdet ja Internet tarjoavat ihmisille mahdollisuuden reaaliaikaiseen tiedon saamiseen 24 tuntia vuorokaudessa. Internetin välityksellä kansainväliset uutiset ovat yhtä helposti saatavilla, kuin kotimaankin. On tutkittu, että 98 % suomalaisista aikuisista on päivittäin joukkoviestimien tavoitettavissa ja Suomalaiset viettävätkin lähes kolmanneksen vuorokaudesta tiedotusvälineiden vaikutuksen alaisena. Median vaikutus nykypäivän yhteiskuntaan on merkittävä ja sen rooli ihmisten maailmankuvan muokkaajana on todella suuri. (Uimonen & Ikävalko 1996, 13 - 18.)

Median avulla voidaan levittää kuvaa itsestään tai yrityksestään nopeammin kuin millään muulla keinolla. Mediaa ei käytetä pelkästään mainostamiseen tai myynnin edistämiseen, vaan sen avulla luodaan ja muokataan kuvaa yrityksestä tai henkilöstä. Tähän liittyy myös riskejä, sillä epäonnistuneet lausunnot ja julkaisut tulevat esille yhtä nopeasti kuin positiivisetkin. Kun jokin vaikutelma tai mielikuva on päässyt median avulla esille, se jää hyvin vahvasti elämään ihmisten mieliin. Etenkin jos median levittämä tieto tukee yrityksen aiempia lausuntoja. Ihmiset odottavat hyvien ja arvostettujen yritysten tai henkilöiden onnistuvan tekemisissään, kun taas huonon maineen ja imagon omaavien tahojen odotetaan epäonnistuvan. (Uimonen & Ikävalko 1996, 18 - 20.)

Suomalaisen kouluruokailun huono maine on hyvä esimerkki edellä mainitusta toimintamallista. Kouluruoka on puhuttanut Suomessa aina ja sen laatu onkin ollut nykypäivää huonompaa vielä kaksikymmentä vuotta sitten. Ruuan laadun paranemisesta huolimatta kouluruuan imago ei ole kohonnut kovinkaan merkittävästi. Lähivuosina mediassa on käsitelty paljonkin suomaista kouluruokailua ja etenkin siihen käytettäviä vähäisiä resursseja. On pohdittu, miten näin pienillä summilla voidaan ruokkia koululaiset ja voiko ruoka olla edes hyvää. Vaikka rahaa on käytettävissä vähän, suomalainen kouluruoka on ravitsemussuositusten mukaista ja kattaa yhden kolmasosan lasten ja nuorten päivittäisestä ravinnonsaannista. Jos ihmisten odotukset kouluruualta ovat jo valmiiksi huonot, ei tällainen julkisuus varmastikaan edesauta imagon kohottamisessa. (Niemi ym. 2008, 11 - 13.)

3.4 Suomalainen kouluruoka mediassa

Iltalehdessä kirjoitettiin 14.9.2008 suomalaisen kouluruuan hinnasta ja raaka-aineiden kallistumisesta. Tekstissä tuotiin esille huoli siitä, kuinka kunnilla on yhä vaikeampaa valmistaa koululaisille terveellistä ja hyvää ruokaa elintarvikkeiden hintojen noustessa. Monet kunnat ovat joutuneet lisäämään kouluruokiin käytettäviä resursseja. Kirjoituksessa kerrotaan yhden oppilaan annoksen hinnaksi 60 senttiä. (Iltalehti.fi.)

Iltalehden kirjoituksessa 24.3.2009 puitiin Tamperelaisen kouluruuan laatua. Kohtuuttomien säästötoimenpide ehdotusten myötä Tampereen kouluissa olisi jouduttu korvaamaan kokoliha makkaralla ja kolmena päivänä viikossa ruokalistalla olisi ollut keittoa tai puuroa. Salaatti aiottiin jättää yhtenä päivänä kokonaan pois ruokalistalta. Ravitsemusasiantuntijat ilmaisivat huolensa koulujen ja päiväkotien lasten puolesta, sillä monelle kouluruoka on päivän monipuolisin ja terveellisin ateria. (Iltalehti.fi.)

4 Sosiaalinen media

Sosiaalinen media on käsitteenä melko uusi, eikä sitä ole tutkittu Suomessa kovinkaan paljon. Sosiaalisen median voisi määritellä prosessiksi, jossa yksilöt tai ryhmät kehittävät verkossa erilaisia sisältöjä ja merkityksiä. Sosiaalisessa mediassa yksilöt verkostoituvat ja muodostavat ryhmän aktiivisia toimijoita. He käyttävät verkossa olevia sisältöjä mutta ovat myös mukana luomassa niitä. (Laitinen & Rissanen 2008, 12 - 13.) Verkossa toimivat ryhmät ja yhteisöt syntyvät spontaanisti, sillä yksilöt voivat rekisteröityä täysin spontaanisti haluamaansa palveluun. Yleisimpiä sosiaalisen median ilmentymiä ovat erilaiset keskustelufoorumit ja blogit. Näissä ihmiset voivat käydä lukemassa muiden kirjoituksia mutta voivat myös osallistua keskusteluun. (Laitinen & Rissanen 2008, 12.) Sosiaalinen media on siis antanut ihmisille uusia mahdollisuuksia toimia tietoverkoissa, jotka aidosti lisäävät kommunikointia ja parantavat sosiaalisia taitoja. Verkoissa toimiminen ja kommunikointi, sekä sisällön tuottaminen lisäävät luonnollisesti hyödyllisen tiedon ja oppimismahdollisuuksien määrää toteavat Laitinen ja Rissanen (2008, 12 - 13) lainatessaan Hintikkaa (2007) tekstissään.

Sosiaalista mediaa ei pystytä määrittelemään tarkasti mutta siitä käytetään usein synonyymejä yhteisöllinen web, web 2.0 ja sosiaalinen web (Laitinen & Rissanen 2008, 11). Laitinen ja Rissanen kirjoittavat tekstissään (2008, 11) viitaten Hänniseen (2007), että sosiaalinen media on oikeastaan Internetin uusi kehitysmuoto, joka muodostuu ihmisten vuorovaikutuksesta ja verkossa yhteisesti tuotetusta tiedosta. Määritellessään sosiaalista mediaa Laitinen ja Rissanen (2008, 12) lainaavat Laitista (2006) ja toteavat sosiaalisen median tuottamisen ja jakamisen olevan täysin vapaaehtoista, eivätkä tuottajat hyödy palveluksistaan taloudellisesti. Tällöin tuotetun materiaalin julkaisemisen kynnys on matala.

4.1 Sosiaalisen median ja perinteisen median eroja

Sosiaalisen median käsitettä on helpompi ymmärtää, kun sitä verrataan perinteiseen mediaan ja massaviestintään. Sosiaalinen media perustuu käyttäjälähtöisyyteen, kun taas perinteisessä mediassa toimitus päättää millaista materiaalia julkaistaan. Sosiaalisessa mediassa käyttäjät ovat jatkuvasti luomassa sisältöä ja pääsevät vaikuttamaan siihen. (Erkkola 2008, 23 - 24.) Erkkola (2008, 24) lainaa tutkimuksessaan Hintikkaa (2007) ja toteaa, että nykyisinä

tuntemamme verkkopalvelut voidaan jakaa operatiivisiin, sisällöllisiin ja käyttäjälähtöisiin palveluihin. Operatiivisia palveluita ovat esimerkiksi verkkopankit, jotka on suunniteltu asiointia varten. Sisällölliset palvelut taas ovat lehtien verkkojulkaisuja. Nämä ovat informatiivisia ja tietoa sisältäviä palveluita mutta käyttäjät eivät pääse vaikuttamaan sisältöön. Käyttäjälähtöisissä palveluissa sisällön tuottajina toimivat itse käyttäjät. Näistä hyviä esimerkkejä ovat chatit, verkkohuutokaupat, keskustelupalvelut ja erilaiset verkossa toimivat pelit. Käyttäjälähtöisiä verkkopalveluita voidaan myös kutsua nimellä sosiaalinen media.

Web 2.0 on World Wide Webistä eli WWW-palvelukonseptista kehitetty uusi ja toimivampi digitaalinen tietoverkkosovellus. 1990-luvulla kehitetty World Wide Web oli ensimmäinen viestintävälineenä toimiva Internetsovellus. (Laitinen & Rissanen 2008, 9; Andersson 2007.) Web 2.0 sovelluksen avulla voidaan linkittää tietokoneita toisiinsa ja sen avulla tarjota erilaisia sosiaalisen median palveluja. Tällaisia palveluja ovat esimerkiksi erilaiset blogit ja keskustelupalstat, Facebook, Twitter, Myspace, IRC-galleria ja monet muut virtuaaliyhteisöt. (Kalliala & Toikkanen 2009, 82.) Virtuaaliyhteisöjä käsitellään tarkemmin tulevissa luvuissa.

4.2 Sosiaalisen median ilmentymiä ja välineitä

Sosiaalisen median mahdollisuudet omien kirjoitusten julkaisemiseen ovat miltei rajattomat. Tunnetuin tapa julkaista tekstiä verkossa on varmasti blogi. Blogit ovat niin sanottuja web-päiväkirjoja, joissa esimerkiksi yksityishenkilöt, harrasteryhmät ja työyhteisöt julkaisevat kirjoituksiaan. Blogi sana tulee englanninkielisestä sanasta blog ja se on lyhenne sanasta weblog eli web-päiväkirja. Web-päiväkirjoja alkoi ilmestyä verkkoon ensimmäisen kerran vuonna 2002 ja ne ovat lisääntyneet tähän päivään mennessä valtavalla vauhdilla. Vuonna 2008 blogeja oli jo yli 200 miljoonaa ja niiden aiheet vaihtelevat yksityisistä kirjoituksista erilaisiin poliittisiin blogeihin ja harrastartikkeleihin. Blogien käyttö tiedotusvälineenä erilaisten ammatillisten ryhmien ja yhteisöjen välillä on nykyään hyvin yleistä. Suomessa tunnettuja blogipalveluita ovat esimerkiksi Blogspot, Twitter ja Jaiku. (Kalliala & Toikkanen 2009, 41 - 44.)

Viestinnän osalta tärkeimpiä sosiaalisen median ilmentymiä ovat niin sanotut synkroniset viestintämuodot. Synkronisilla viestintämuodoilla tarkoitetaan mahdollisuuksia, joiden avulla ihmiset voivat keskustella ollessaan samaan aikaan viestimien äärellä. Tunnetuin synkroninen viestin on varmasti tavallinen puhelin. Asynkronisella viestinnällä taas tarkoitetaan viestintää, jossa osapuolten ei tarvitse olla samaan aikaan tavoitettavissa, vaan viesti lähetetään ja se voidaan lukea myöhemmin. Tunnetuimpia esimerkkejä asynkronisesta viestinnästä ovat sähköposti ja tekstiviestit. Tunnetuimpia verkossa toimivia synkronisia viestintä mahdollisuuksia ovat erilaiset keskustelupalvelut eli chatit. Chatissa osapuolet ovat

tietokoneen äärellä ja kirjoittavat toisilleen pikaviestejä eli keskusteleivat reaaliaikaisesti verkossa. Tällaisia keskustelupalveluita ovat esimerkiksi MSN Messenger ja Google Talk. Keskustelupalveluihin on myös mahdollista ottaa mukaan ääni sekä kuva. Tällöin on kyseessä niin sanottu Internet puhelu, jota varten osapuolilla on oltava erilliset kuulokkeet. Tunnetuin ääni- ja videopuheluita välittävä Internet palvelu on nimeltään Skype. Skypen välityksellä puhuminen on ilmaista ja puheluihin voidaan ottaa mukaan useampi osapuoli. Skypeä käytetään paljon videoneuvottelujen ja kokousten välineenä ja näin voidaan säästää matkustamisesta koituvat kulut. (Kalliala & Toikkanen 2009, 73 - 81.)

Kolmas merkittävä ryhmä sosiaalisen median ilmentymistä ovat erilaiset Internet yhteisöt. Nämä ovat suosittuja kaikkien ikäryhmien keskuudessa, mutta etenkin nuoret ovat näiden yhteisöjen aktiivisia jäseniä. Suomessa nettiyhteisöt alkoivat yleistyä vuonna 2007, jolloin näistä ehkä maailman laajuisesti tunnetuin palvelu Facebook tuli suuren yleisön tietoisuuteen. Muita tunnettuja Internet yhteisöjä ovat esimerkiksi nuorten paljon käyttämät MySpace ja IRC-galleria sekä ammatilliseen verkostoitumiseen tarkoitettu LinkedIn. Palveluita on valtavasti ja monet ovat erikoistuneet tiettyjen ryhmien palvelemiseen, kuten esimerkiksi Flixter-niminen palvelu on suunnattu elokuvien harrastajille, Flickr taas valokuvaajille ja Last.Fm musiikin harrastajille. Kaikkien näiden Internet yhteisöjen perusajatuksena on, että yksilöt voivat rakentaa palveluun oman profiilinsa. Tätä profiilia muokataan ja päivitetään jatkuvasti ja henkilö valitsee palvelun kautta ystävät, jotka pääsevät tutustumaan hänen profiiliinsa. (Kalliala & Toikkanen 2009, 82 - 84.)

Etenkin nuorten keskuudessa sosiaalisen median yhteisöt toimivat vahvasti mielipide vaikuttajina ja sosiaalisen statuksen määrittelijöinä. Palveluita käytetään aktiivisesti, joten suomalaisen kouluruokailun imagon kohottamisessa sosiaalisen median palveluita tulisi hyödyntää mahdollisimman tehokkaasti. Kouluruokailu.fi sivusto voisi olla nuorille niin sanottu ammatillisen verkostoitumisen väline, jossa olisi tarjolla kouluruokailuun liittyvää tietoa mutta myös mahdollisuudet sosiaaliseen kanssakäymiseen muiden nuorten kanssa.

Seuraavassa esitellään hieman yksityiskohtaisemmin muutamia sosiaalisen median välineitä, joiden palveluita on tarkasteltu suunniteltaessa runkoa kouluruokailu.fi sivustolle. Kirjassaan Sosiaalisen median mahdollisuudet Kalliala ja Toikkanen (2009, 17 - 20) toteavat sosiaalisen median laajentavan ja tukevan ihmisten sosiaalista käyttäytymistä. Etenkin nuoret ovat omaksuneet sosiaalisen median tarjoamat mahdollisuudet hyvin ja niitä käytetään nykypäivänä paljon myös opetuksessa. Sosiaalisen median avulla on siis helppo lähestyä nuoria heidän omassa ympäristössään, viestittää ja välittää tietoa sekä näin ollen vaikuttaa heidän mielipiteisiinsä.

Facebook on vuonna 2004 perustettu yhteisöpalvelu, joka suunniteltiin alun perin vain Harvardin yliopiston opiskelijoille. Palvelu alkoi levitä yhdysvalloissa ja vuonna 2005 sen jäsenyys oli mahdollinen jo useimmille maan yliopisto opiskelijoille. Hiljalleen palvelu yleistyi ja 26.9.2006 palvelu avautui kenelle tahansa sähköposti osoitteen omaavalle. Facebookin erityisominaisuus on siihen liitettävien erilaisten ohjelmien mahdollisuus. Käyttäjät voivat helposti liittää profiiliinsa näitä ohjelmia ja sovelluksia, kuten pelejä, persoonallisuustestejä. Facebook on yksi Suomen suosituimmista Internet yhteisöistä. (Facebook.com.)

IRC on Suomalaisen Jarkko Oikarisen vuonna 1988 perustama pikaviestintä järjestelmä, joka suunniteltiin alun perin tietoteknisesti osaaville henkilöille. Alkuperäisessä IRC palvelussa ei ollut niin sanottua profiilin rakentamisen mahdollisuutta, vaan keskustelut käytiin niin sanotuilla keskustelukanavilla. Kanavat olivat joko julkisia tai suojattuja keskusteluhuoneita, joiden kirjoitukset hävisivät kun viimeinenkin keskustelija lähti pois kanavalta. IRC-galleria perustettiin alkuperäisen IRC:n tilalle vuonna 2000, koska palvelun käyttäjät halusivat mahdollisuuden luoda oman profiilinsa ja julkaista samalla omia kuviaan. IRC-gallerian käyttäjät ovat nykyään pääasiallisesti 12 - 17-vuotiaita nuoria, jotka kertovat sivuilla omista harrastuksistaan ja julkaisevat kuvia. (irc-galleria.net.)

MySpace on vuonna 2003 aloitettu palvelu, joka on tällä hetkellä maailman suurin Internet yhteisö. Yhteisöllä on yli 240 miljoonaa jäsentä ja se on erikoistunut kuvien ja musiikin jakamiseen. Käyttäjäkunta on pääasiallisesti nuorta ja musiikista kiinnostunutta. Myspace onkin muusikoiden keskuudessa hyvin suosittu palvelu, sillä bändit perustavat sivuille oman profiilinsa saadakseen musiikilleen lisää kuuntelijoita. Myös Suomessa MySpace on hyvin suosittu yhteisö. (MySpace.com.)

Blogspot on maailman ensimmäinen blogipalvelu, joka aloitti toimintansa vuonna 1999. Blogspotissa voi kuka tahansa perustaa oman bloginsa ilmaiseksi ja sen käyttöönotto on hyvin yksinkertaista. Blogin ulkoasuun voi vaikuttaa ja sen voi liittää omaan palvelimeensa hyvin helposti. (Kalliala & Toikkanen 2009, 132.) Esimerkkiä Laurean omistama Kouluruokailu.fi sivusto voisi perustaa oman bloginsa osoitteeseen www.kouluruokailu.blogspot.com.

4.3 Sosiaalisen median merkitys nuorille

Lenhart ja Madden ovat tutkineet amerikkalaisten nuorten käyttäytymistä sosiaalisissa medioissa ja toteavat artikkelissaan Social Networking Websites and Teens: An overview (2007, 1 - 3), että yli 55 prosenttia amerikkalaisista 12 - 17 vuotiaista nuorista käyttää sosiaalisen median palveluita päivittäin. Tutkimus tehtiin puhelimitse 935 nuorelle vuonna 2006. Tutkimuksessa kävi ilmi, että sosiaalisten medioiden käyttäjäistä enemmistö on tyttöjä. Sosiaalisen median palveluita käytetään suurimmaksi osaksi pelaamiseen ja uusien

tuttavuuksien luomiseen. Palveluissa nuoret luovat oman profiilinsa ja pitävät yhteyttä ystäviinsä. Tutkimukseen osallistuneista nuorista 91 prosenttia kertoi pitävänsä palveluiden välityksellä yhteyttä ystäviinsä, joita he kuitenkin tapaavat päivittäin. Palveluiden avulla ystävät sopivat tapaamisia ja perustavat ryhmiä, sekä luovat tapahtumia, joihin palveluiden välityksellä on helppo kutsua samoilla sivuilla vierailevia ystäviä. Uusia tuttavuuksia ja ystävyys-suhteita sosiaalisten medioiden avulla kertoivat etsivänsä jopa 50 % kyselyyn osallistuneista nuorista. Tutkimuksessa kävi myös ilmi, että nuoret, joilla on mahdollisuus käyttää Internetiä kotona, ovat huomattavasti aktiivisempia sosiaalisten medioiden käyttäjiä kun nuoret, jotka käyttävät tietokonetta vain koulussa tai muissa julkisissa tiloissa. Artikkelista selviää hyvin selkeästi, kuinka suuressa roolissa sosiaalisen median palvelut ovat nuorten keskuudessa. Ne ovat osa jokapäiväistä elämää ja tärkeä yhteydenpidon ja uusien ihmissuhteiden luomisen väline.

Kirjassaan sosiaalinen media opetuksessa, Kalliala ja Toikkanen (2009, 11 - 16) haluavat tuoda esille sosiaalisen median merkityksen opetusvälineenä. Sosiaalisen median välineiden avulla voidaan parantaa nuorten oppimistuloksia ja vähentää sekä opettajien että oppilaiden työtaakkaa. Sosiaalisen median välineet ovat mahdollistaneet uudenlaisen ajattelun siitä, että opettajat voivat perinteisen opettamisen sijaan antaa tilaa myös oppilaiden ideoille ja ajatuksille. Opetustilanteissa käytetään yhä enemmän hyödyksi Internetistä löytyvää tietoa ja oppilaat pohtivat omaa henkilökohtaista osaamistaan ja kehittymistään esimerkiksi blogin tai sähköisen päiväkirjan avulla. Opetustilanne voi tapahtua vaikkapa keskustelupalstalla, jossa jokainen ottaa osaa ennalta määritellyn keskusteluaiheeseen. Keskustelujen avulla opettajat pystyvät seuraamaan yksilöiden tarpeita tehokkaammin ja ohjaaminen sekä kannustaminen helpottuvat. Vaikka toiminta sosiaalisissa medioissa onkin yhteisöllistä, voidaan siitä saatua tietoa hyödyntää opetustilanteessa yksilön hyväksi. Yhteisöllisellä oppimisella tarkoitetaankin menetelmää, jossa opettaja toimii osana oppimisyhteisöä ja perinteisen tiedonjakamisen sijaan hän oppii yhdenvertaisena oppilaidensa kanssa. Tällä tavalla löydetään helpommin yksilöiden vahvuudet ja pystytään myös hyödyntämään niitä koko oppimisyhteisön hyväksi. Kallialan ja Toikkasen mukaan nuorten vuorovaikutustaidot ja kyky ajatella yhteisöllisesti kehittyvät huomattavasti sosiaalisen median avulla. Myös uusien työskentely- ja viestintävälineiden omaksuminen helpottuu ja nuoret oppivat kattavasti ymmärtämään sosiaalisten medioiden yleiset toimintaperiaatteet. Tämä helpottaa ja kannustaa myös myöhemmin elämässä uusien toimintatapojen ja mallien käyttöönottoa.

5 Internet-sivustojen suunnittelusta

Internetin syntymävuodeksi mainitaan kirjallisuudessa vuosi 1983 mutta web käsite syntyi vuonna 1990. Kun Internetillä tarkoitetaan maailmanlaajuista yhdistynyttä tietokoneverkkoa, on web vain osa tätä verkkoa. Web eli World Wide Web on niin sanottu

hypertekstijärjestelmä, joka hakee web-sivuiksi kutsuttuja dokumentteja Internetistä. Web sivut eli Internetistä löytyvät dokumentit, ovat yleistyneet kaikkialla maailmassa valtavalla vauhdilla vuoden 1990-luvun alun jälkeen. Sivuja julkaisevat nykyään yksityiset henkilöt, yritykset, laitokset ja erilaiset järjestöt. Sivuja tehdään erilaisiin tarkoituksiin ja monista erisyistä. Yhteistä kaikille sivujen julkaisijoille on kuitenkin se, että niiden halutaan toimivan mahdollisimman tehokkaina viestintävälineinä ja vuorovaikutuksen tukena. Koska web-julkaiseminen on avointa ja useimmiten täysin julkista, tämä on otettava huomioon sivuja suunniteltaessa. Web sivujen julkaisemista voisi kuvailla palvelun tarjoamiseksi tai esille laittamiseksi, sillä niiden kautta tapahtuva viestintä on käyttäjälähtöistä. Web sivujen kautta mainonta tai markkinointi on melko vaikeaa, koska käyttäjät etsivät mainosten sijaan web sivuilta tietoa. Webissä oleva valtava tiedon määrä asettaa käyttäjälle paineita joten oikean ja tarpeellisen tiedon etsiminen ei ole aina helppoa. Käyttäjän kannalta on tärkeää, että etsitty tieto löytyy nopeasti ja sivusto aukeaa ongelmitta. Sivustojen tulee olla käyttäjän näkökulmasta selkeitä ja hyvin jäsennettyjä, jotta etsitty tieto löytyy helposti ja nopeasti. Hyviltä web sivuilta löytyy myös linkkejä muille samankaltaisille sivuille. Tällä tavoin käyttäjää voidaan palvella mahdollisimman kokonaisvaltaisesti ja samalla verkostoidutaan muiden samaa tietoa jakavien sivustojen kanssa. (Korpela & Linjama 2005, 3 - 10.)

5.1 Internet-sivujen tarve ja kohderyhmä

Huolellinen suunnittelutyö on tärkeää ennen Internet sivujen varsinaista toteutusta. Ensimmäisenä tulee määritellä sivujen päätarkoitus eli mitä käyttäjille halutaan tarjota, mitä he tulevat sivuille katsomaan? Ilman tarkkaa tietoa siitä, mitä sivujen avulla halutaan saavuttaa, on todella vaikeaa tuottaa johdonmukaista sisältöä. Seuraavaksi on tietysti määriteltävä kohderyhmä eli kenelle Internet-sivuja suunnitellaan. Tässä vaiheessa päätetään miten tieto tarjotaan sivustolla, jotta se hyödyttää käyttäjiä. Tiedon halutaan palvelevan kohderyhmäänsä mahdollisimman hyvin ja tehokkaasti. Myös kaikki tekniseen toteutukseen, kuten esimerkiksi kuviin, grafiikkaan, tiedostojen kokoon ja resoluutioon liittyvät seikat tulee määritellä ennen toteutusta. On äärimmäisen tärkeää pohtia miten käyttäjät saadaan palaamaan sivustolle ja syventymään sen tarjoamiin palveluihin. Sivustoista on tehtävä kopiot, sillä nykyään tahallinen ilkivalta, kuten sivujen sisällön tahallinen muuttaminen on harmillisen yleistä. Kopiot suojelevat sivuja myös mahdollisten palvelimissa esiintyvien ongelmien ja serverin kaatumisen varalta. (Pirouz 2002, 2 - 3.)

Yritykset, yksityiset henkilöt ja erilaiset yhteisöt julkaisevat omia kotisivujaan. On selvää, että yritysten ja yksityisten henkilöiden motiivit sivujen ylläpitoon ovat erilaisia mutta molemmilla suurin syy lienee oman olemassaolon julki tuominen. Sivuilla halutaan kertoa omasta toiminnasta, ajatuksista ja arvoista, sekä tietysti palveluista ja tuotteista. Yksityisillä henkilöillä sivut keskittyvät usein jonkin harrasteen tai muun mielenkiinnon kohteen

esittelyyn. Monet yksityiset ryhmät, kuten esimerkiksi vanhat koulukaverit tai harrasteryhmät perustavat omia Internet sivujaan, jotta voivat pitää niiden välityksellä yhteyttä toisiinsa, sekä saada kiinnostuksen kohteestaan ajankohtaista informaatiota. Useat tahot käyttävät sivujaan kuitenkin vain tiedotuksen välineenä, eivätkä ole välttämättä määritelleet syvempää merkitystä sivujensa olemassaololle. (Korpela & Linjama 2005, 48 - 49.) Vaikka web-sivuille pääsisikin tutustumaan kuka tahansa, on tärkeää määritellä kenelle sivut on pääasiallisesti suunnattu. Erilaiset ihmisryhmät tarvitsevat erilaisia lähestymistapoja asioihin. Nuoret ovat usein tottuneempia Internetin käyttäjiä ja tästä syystä heille sopivat käyttöominaisuudet poikkeavat paljon vanhemmalle väestölle suunnatuista ominaisuuksista. Myös kieleen liittyvät esitystavat tulee miettiä. Onko kohderyhmän edustajissa mahdollisesti paljon ruotsia tai englantia äidinkielenään puhuvia. Etenkin yritysten kohdalla kohderyhmiä saattaa olla useita, kuten esimerkiksi jälleenmyyjät, yhteistyökumppanit ja yksityiset asiakkaat. (Korpela & Linjama 2005, 49 - 54.)

5.2 Tavoitteiden määrittely

Tavoitteiden, sivuilla esiintyvien teemojen ja aiheiden suunnittelu on tärkeää. Ennen näiden suunnittelua on määriteltävä kenelle sivut ovat ja mitä niillä halutaan tarjottavan kohderyhmälle. Tämän jälkeen teemojen ja aiheiden määrittely on helppoa. Yksityisten henkilöiden kotisivujen suunnittelussa kyseisten asioiden määrittely ei ole aina välttämätöntä ja sivut syntyvät usein omien mieltymysten ja intuitioiden pohjalta. Yritysten ja yhteisöjen kohdalla parhaan lopputuloksen saavuttamiseksi huolellinen suunnittelutyö on kuitenkin välttämätöntä. Sivuilta tulisi löytyä aina ajankohtaista tietoa yrityksen tilanteesta ja uusista tuotteista. Kaikki mediassa ja julkisuudessa olleet tiedot tulisi päivittää myös yrityksen web-sivuille. (Korpela & Linjama 2005, 52 - 60)

Yrityksen kotisivujen pääasiallisena tarkoituksena on kuitenkin tuoda sen osaamista ja tuotteita julki, joten näitä koskevat tiedot tulisi löytyä sivuilta selkeästi ja helposti. Useimmat käyttäjät etsivät yritysten sivuilta hinta- ja tuotetietoja mutta myös perustiedot yrityksestä ja sen historiasta on hyvä olla esillä. Aiheen keksiminen sivustolle on yritysten kohdalla melko selvää mutta sen esitystapa tulee määritellä huolella. Sivujen olisi hyvä noudattaa yrityksen muuta linjaa, jotta kävijät tunnistavat sen helpommin. Värimaailman ja käytetyn fontin kohdalla on hyvä noudattaa samaa linjaa, kun yrityksen muissa asiakirjoissa, mainoksissa ja logossa. Melkein kaikilla Internet sivuilla on nykyään tarjolla linkkilista, josta käyttäjät löytävät samankaltaisia sivuja ja kyseisen yrityksen yhteistyökumppaneita. Nämä linkit kannattaa miettiä huolella, sillä myös ne luovat asiakkaalle mielikuvaa yrityksestä. Linkkien nimeämistä varten vaaditaan huolellista taustatyötä ja kaikki yrityksen yhteistyökumppanit ja sivuille hyödylliset tukea antavat sivustot tulee määritellä. Tämän

kartoituksen yhteydessä kannattaa tutkia myös kilpailijoiden sivuja, jotta omat sivut voisivat erottua edukseen suuren tarjonnan joukossa. (Korpela & Linjama 2005, 52 - 60.)

Yrityksen edustamat arvot tulee olla selvillä, koska myös näiden avulla voidaan määrittää linkkilistaan hyödyllisiä sivustoja. Tässä vaiheessa kannattaa määrittää myös sivuja varten käytössä olevat resurssit. Kuinka paljon rahaa ja aikaa on käytössä sivujen tekoon ja jatkossa niiden ylläpitämiseen. Löytyykö yrityksen sisältä osaamista sivujen luomiseen vai palkataanko tehtävään ulkopuolista työvoimaa. Kaikki sivuilla olevat tiedot ovat julkisia, joten liikesalaisuuksien sekä kilpailun kannalta olennaisten tietojen salassa pitäminen on tärkeää. Myös henkilötietojen julkaiseminen sivuilla on laitonta, ilman kyseisten henkilöiden lupaa. Tekijänoikeuksiin ja yleisiin journalismin sääntöihin tulee perehtyä huolella ennen kuvien ja tekstin laittamista sivuille. Muiden tekstiä tai kuvia ei saa julkaista, mikäli siihen ei ole erikseen hankittua lupaa. (Korpela & Linjama 2005, 60 - 67.)

6 Opinnäytetyön kehittämismenetelmä

Ennen kehittämistyön menetelmän valintaa on määriteltävä kehittämistehtävä ja sen tavoite, sekä lähestymistapa. Usein kehittämistyössä käytetään useampia menetelmiä. Nämä eivät ole välttämättä tieteellisessä tutkimuksessa yleisesti käytettyjä menetelmiä.

Tutkimusmenetelmät jaetaan yleisesti kahteen ryhmään. Määrällisiin eli kvantitatiivisiin ja laadullisiin eli kvalitatiivisiin tutkimuksiin. Määrälliset tutkimukset toteutetaan usein lomakekyselyiden avulla ja samoja asioita kysytään suurelta tutkimusjoukolta.

Tutkimusjoukko on otos suuremmasta ryhmästä. Määrällistä tutkimusmenetelmää käytetään usein silloin, jos halutaan testata jotakin olemassa olevaa teoriaa ja sen paikkaansa pitävyyttä. Tutkija muodostaa teoriaan pohjautuvia väitteitä joihin tutkimusjoukko vastaa. Tulokset puretaan usein taulukoiksi ja lopputulos edustaa aluksi nimetyn suuremman ryhmän mielipidettä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 93 - 94.)

Laadullista eli kvalitatiivista tutkimusta käytetään puolestaan sellaisten asioiden tutkimiseen, joita ei tunneta entuudestaan kovin hyvin. Laadullisessa tutkimuksessa tutkimusryhmä on huomattavasti pienempi kuin määrällisessä. Koska laadullisen tutkimuksen tarkoituksena on hankkia uutta tietoa tarkoin määritellystä aiheesta, syntyy materiaalia usein huomattavasti enemmän kuin määrällisessä tutkimuksessa. Laadullisen tutkimuksen tulokset ovat tutkijan analyysijä ja perusteltuja tulkintoja saaduista tuloksista. Kehittämistyössä ei käytetä määrällistä tai laadullista lähestymistapaa, vaikka niiden välisten erojen tunnistaminen onkin tärkeää. Kehittämistyössä voidaan yhdistellä molempia tunnettuja tutkimusmenetelmiä ja käyttää niiden tarjoamia keinoja, jotta päästäisiin parhaaseen mahdolliseen tulokseen. (Ojasalo ym. 2009, 93 - 94)

Kyky ajatella ja työskennellä luovasti on kehittämistyön yksi olennaisimmista asioista. Mikäli halutaan tuottaa uusia innovaatioita ja kehittää uusia toimintatapoja on kyettävä katsomaan asioita uudella tavalla. Avoin ja kannustava ilmapiiri luo edellytykset luovien kehittämismenetelmien käyttöön. Uusia ideoita ja kehittämisehdotuksia syntyy ryhmissä, joissa jokainen pääsee vaikuttamaan ja tuntee tulevansa kuulluksi. Luovia ongelman ratkaisuja ideoitaessa on tärkeää muistaa, että arviointi tulee jättää prosessin loppuvaiheeseen. Jos ensimmäisiä ideoita aletaan arvostella, on hyvin todennäköistä, ettei uusia synny kovin helposti. Ideoinnin alkuvaihe on herkkää, ja ensimmäiset ideat ovat yleisesti ottaen aina sovinnaisia. Kun ensimmäiset ideat on työstetty loppuun, alkaa hyvän ilmapiirin vallitessa kuitenkin syntyä uusia rohkeampia ideoita. Mitä enemmän ideoita syntyy, sitä varmemmin niiden joukosta löytyy käyttökelpoisia ehdotuksia. (Ojasalo ym. 2009, 143 - 149.)

Myös John Adair (2009, 29 - 35) painottaa kirjassaan *The art of creative thinking*, kuinka tärkeitä piirteitä avoimuus, uteliaisuus ja kuuntelemisen taito ovat luovassa ongelman ratkaisussa. On osattava luoda ilmapiiri, jossa omalle ajattelulle ja uusille ideoille annetaan vapaasti tilaa. Toisten kuunteleminen ja rohkea kannustaminen ovat avaimia toimivaan ongelman ratkaisuun. Kun nimettyyn ongelmaan etsitään vastausta, saattaa paras ratkaisu löytyä täysin odottamattomasta ideasta. On vain uskallettava alkaa työstämään myös hulluilta ja epätodennäköisiltä tuntuvia ratkaisuja. Erilaisia luovan ongelman ratkaisun ja kehittämistyön menetelmiä on paljon. Seuraavissa kappaleissa esittelen 8x8 menetelmää, jonka olen valinnut oman opinnäytetyöni kehittämismenetelmäksi.

Opinnäytetyön tiedonkeruumenetelmänä on käytetty 8x8-menetelmää. Tämä ideointimenetelmä on valittu, koska haluttiin antaa tutkittavan kohderyhmän edustajille mahdollisimman vapaat kädet ideoida ja ajatella. Työn tarkoitus ei ollut tutkia jo olemassa olevaa teoriaa tai jotakin ihmisryhmää, vaan tarvittiin jonkinlainen uusi ja innovatiivinen kehitysmenetelmä, jotta päästäisiin haluttuihin tuloksiin. Nuorten ideoita haluttiin kerätä mahdollisimman vapaamuotoisesti, jotta he ilmaisisivat mielipiteitään mahdollisimman vapaasti. Tästä syystä valittiin luovan ongelmanratkaisun keinot. 8x8 menetelmä on tarpeeksi yksinkertainen, jotta nuoret jaksavat siihen keskittyä mutta samalla myös toimiva keino saada hyviä kehitysehdotuksia tähän työhön.

8x8-menetelmä on ideointimenetelmä, jossa ideoidaan melko samalla tavalla kuin ajatuskartassa mutta hieman järjestelmällisemmin. Lähtökohtana on ongelma, joka kirjoitetaan paperin keskelle. Tämän jälkeen paperin ympärille sijoitetaan kahdeksan uutta paperia, joihin on tarkoitus kirjoittaa keskellä olevasta ongelmasta mieleen tulevia seikkoja. Kaavaa voidaan jatkaa sijoittamalla kukin näkökulma uudeksi aloituspisteeksi ja niistä keksitään kahdeksan uutta näkökulmaa. (Ojasalo ym. 2009, 143 - 149.)

Erilaisten tuotteiden, palveluiden ja toimintatapojen jatkuva kehittäminen liittyy nykyään olennaisesti lähes jokaisen toimenkuvaan ja työtehtäviin. Yritykset ja organisaatiot tarvitsevat jatkuvaa kehittämistyötä menestyäkseen omassa toimintaympäristössään. Jatkuva kilpailu markkinaosuuksista vaatii kykyä kehittyä ja uudistua. Kehittämistyön osaaminen on tärkeää, jotta uusia tuotteita ja palveluita syntyy ja näin ollen yritys pystyy kasvattamaan liiketoimintaansa sekä kansainvälistymään. Jatkuvalla kehittämisellä osoitetaan ymmärrystä asiakkaiden mieltymysten muutoksiin ja samalla myös motivoidaan henkilökuntaa kehittämään omaa osaamistaan. Hallitsemalla kehittämistyön menetelmiä, voidaan myös ratkaista yrityksessä ilmenneitä ongelmia. Nykyaikana tarjolla oleva valtava tiedon määrä ja nopeasti muuttuvat toimintaympäristöt vaativat yrityksiltä joustavuutta ja kykyä sopeutua muuttuviin tekijöihin. Tietoa on saatavilla enemmän kuin koskaan ja olennaisen tiedon hyödyntäminen yrityksen tarpeisiin vaatii osaamista. Kehittämistyön hallinta vaatii järjestelmällisyyttä, suunnitelmallisuutta, kykyä itsenäiseen ajatteluun ja toisaalta myös saumattomaan ryhmätyöhön. Oman ja muiden toiminnan kriittinen tarkastelu on tärkeä osa toimivaa kehittämistyötä. Koko prosessin ajan on osattava tarkkailla omaa toimintaansa ja muutettava työskentely tapoja, mikäli edellinen ei ole tuottanut haluttuja tuloksia. (Ojasalo ym. 2009, 11 - 16.)

Kouluruokailu.fi sivustojen sisällön suunnittelua varten haluttiin kartoittaa nuorten ajatuksia liittyen kouluruokaan ja kouluruokailu.fi sivustoon. Kohderyhmänä toimivat espoolaisen Kaitaan koulun kahdeksannen luokan oppilaat. Ideointi toteutettiin Kaitaan koululla 2.11.2009 ja siihen osallistui 13 oppilasta. Työssä käytettiin 8x8-menetelmää nimeämällä ongelma A4 paperille ja asettamalla se ympärille kahdeksan tyhjää lokeroa. Aikaa oli käytettävissä vain tunti ja tästä syystä päädyttiin supistamaan 8x8 taulukko vain ensimmäiseen vaiheeseen, jossa keskellä olevan ongelman ympärille tuotetaan kahdeksan mieleen tulevaa sanaa tai lausetta. Tutkimusta varten tuotettiin kaksi erillistä ideointipaperia, joista toisen keskelle oli kirjoitettu sana kouluruokailu ja toiseen sana kouluruokailu.fi.

	Kouluruokailu	

Kuvio 1: 8x8-malli

Ideointiruudukon tyhjiin lokeroihin oppilaita pyydettiin kirjoittamaan mitä tahansa mitä keskellä olevasta sanasta tulee mieleen. Oppilaita kannustettiin tuomaan rohkeasti esille kaikki ajatukset, mitä sana herättää ja heille kerrottiin tulosten olevan täysin luottamuksellisia. Kenenkään vastaajan nimi ei tulisi esiintymään työssä. 8x8-menetelmä vaikutti olevan oikea keino saada nuoret kertomaan rehellisesti omia ajatuksiaan, koska liialle pohdiskelulle ei vajaan tunnin kestäneessä tapaamisessa ollut aikaa. Lyhyen ajan puitteissa oppilaat eivät myöskään ehtineet keskustella keskenään ja näin ollen toisten mielipiteiden vaikutukset jäivät vähäisiksi. Kahden ideointiruudukon lisäksi tuotettiin erillinen kyselylomake, jonka aiheena oli kouluruokailun topten. Tähän paperiin oppilaita pyydettiin keksimään kymmenen positiivista asiaa kouluruokailusta, sekä nimiehdotus kouluruokailu.fi sivustolle.

7 Ideointi Kaitaan koululla

Yhteistyökumppaneina olivat espoolaisen Kaitaan koulun kahdeksannen luokan oppilaat, jotka osallistuivat työn ideointiosuuteen. Ideointi toteutettiin Kaitaan koululla maanantaina 2.11.2009 klo 9.00-10.00. Luokan 25 oppilaasta vain puolet oli paikalla, koska kyseisenä ajankohtana pidettävä englannin tunti oli jaettu kahteen ryhmään.

Tapaaminen alkoi itsestäni ja omista työ- ja opiskelukokemuksistani kertomisella. Oppilaille kerrottiin, että kyseessä on Laurean opinnäytetyö, jonka aihe liittyy kouluruokailuun. Varsinaista aihetta ei kuitenkaan paljastettu kokonaisuudessaan ennen ideointivaihetta, sillä se olisi saattanut ohjailla oppilaiden vastauksia. Ideointi aloitettiin jakamalla kaikille osallistujille 8x8 menetelmää mukaileva ideointipohja. Paperilla olevan ruudukon keskelle oli kirjoitettu sana kouluruokailu. Osallistujia pyydettiin kirjoittamaan keskellä olevan sanan ympärille oleviin ruudukoihin mitä tahansa, mitä kyseinen sana tuo mieleen. Vastaus sai olla joko sana, lause tai kuva. Asia yritettiin esittää oppilaille mahdollisimman rennolla asenteella, jotta he ymmärtäisivät, että kyseessä ei ollut mikään vakavasti otettava testi, vaan hauska ja hieman erilainen mahdollisuus kirjoittaa ylös omia ajatuksiaan. Aluksi oppilaat epäröivät kirjoittaa paperille mitään ja muutamat esittivät kysymyksiä siitä, saako paperille tosiaan kirjoittaa mitä tahansa. Heille painotettiin useampaan kertaan, että paperille kirjoitettavat asiat saivat olla mitä tahansa mitä sanasta tulee mieleen. Useat olivat myös huolissaan siitä, etteivät mitenkään pysty keksimään kahdeksaa sanaa ja halusivat siksi palauttaa paperin tyhjänä. Heille mainittiin useampaan kertaan, että yksikin sana tai lause riittää vastaukseksi, eikä yksikään vastaus voi olla väärä.

Ensimmäisen paperin täyttämiseen oli aikaa noin kymmenen minuuttia. Paperit kerättiin pois ja samalla jaettiin seuraavan osion ruudukot. Tämän ruudukon keskellä luki sana

kouluruokailu.fi. Oppilaita johdateltiin ajattelemaan kouluruokailu.fi nimellä kulkevaa Internet-sivustoa ja millaisia asioita kyseiseltä sivustolta voisi mahdollisesti löytyä. Heille kerrottiin tämän paperin toimivan täysin samalla periaatteella, kuin ensimmäinen ideointilomake ja oppilaat tuntuivat olevan tässä vaiheessa jo hieman rennompia. Aikaa vastauksille oli taas noin kymmenen minuuttia ennen, kun viimeinen paperi jaettiin. Tämä ideointipohja kulki nimellä kouluruokailun topten ja otsikon alle oli kirjoitettu ohjeeksi listata kymmenen positiivista asiaa kouluruokailusta. Samalla paperilla oli myös kysymys, jossa oppilaita pyydettiin keksimään kouluruokailu.fi nimiselle sivustolle uusi nimiehdotus. Paperi herätti oppilaissa huvittuneisuutta ja useat kommentoivat tehtävän olevan mahdoton. Heitä pyydettiin kuitenkin kirjoittamaan kaikki mieleen tulevat positiiviset asiat. Viimeiseen osioon annettiin aikaa 15 minuuttia. Vastauspapereiden keräämisen jälkeen oppilaita kiitettiin yhteistyöstä ja heille toivotettiin mukavaa syksyn jatkoa. Vaikka positiivisia asioita näkyi olevan ensimmäisten silmäilyjen perusteella keskimäärin kolme vastauspaperia kohden, oli kaikilla jo tunnin päättyessä kova kiire kymmeneltä alkavalle ruokatunnille. Kaiken kaikkiaan vastausten määrään oltiin hyvin tyytyväisiä, vaikka vastausten laskemisen jälkeen, todettiin joukossa olevan useampia tyhjiä vastauspapereita. Ensimmäiseen osioon vastanneita oli vain kuusi kolmestatoista osallistujasta mutta seuraavan osion vastauksia olikin jo kymmenen. Topten osiosta vastauksia tuli kahdeksan.

Tarkemman tutkinnan jälkeen vastauksia päädyttiin analysoimaan asettamalla kunkin osion kaikki vastaukset omaan ruudukkoonsa. Tähän ratkaisuun päädyttiin, koska kaikista vastauspapereista oli selkeästi havaittavissa muutamia samoja pääteemoja ja aiheita. 8x8 menetelmän analysointiin ei ole annettu kirjallisuudessa erikseen ohjeita, koska menetelmän tarkoituksena on ainoastaan tuottaa ideoita ja antaa uusia näkökulmia kehitystyöhön. Seuraavissa luvuissa käsitellään kaikkien kolmen vastauspaperin tulokset ja kerrotaan, kuinka tuloksia on hyödynnetty tässä työssä.

7.1 Kouluruokailu

Ideointiosioon vastasi 13 oppilaasta vain kuusi. Tämä johtui todennäköisesti siitä, että oppilaat jännittivät aluksi uutta tilannetta ja heille vierasta ideointimenetelmää. Alla olevaan kaavioon on asetettu kaikki saadut vastaukset. Koska samankaltaisia tai täysin samoja vastauksia oli useammassa paperissa, katsottiin tarpeettomaksi mainita ne erikseen. Samoja vastauksia on yhdistetty yhdeksi samaa tarkoittavaksi sanaksi tai lauseeksi. Osa vastaajista oli jättänyt vastauspaperien ruudukkoita tyhjiksi, joten vastausten määrä ei ole verrannollinen vastaajien ja ruudukoiden määrään kanssa.

<ul style="list-style-type: none"> • Ruoka on pahaa • Ruoka on kumista ja mautonta • Ruoka on ällöttävää • Ruoka on huonosti esille laitettua ja tylsän näköistä 	<ul style="list-style-type: none"> • En käy usein syömässä • Kellarissa joutuu syömään, jee • Huonot ja pienet tilat • Tungosta, ahdasta, ei tarpeeksi tilaa • Tilat ovat surkeat, joku pommisuoja, LOL 	<ul style="list-style-type: none"> • Kouluruoka on terveellistä mutta ei kovin hyvää • Ilmaista
<ul style="list-style-type: none"> • Ilkeä ja hullu keittiötäti 	<p>Kouluruokailu</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kaverit valittaa ”lihavuudestaan”
<ul style="list-style-type: none"> • Ruoka voisi olla parempaa 	<ul style="list-style-type: none"> • Liian vähän henkilökuntaa 	<ul style="list-style-type: none"> • Ruokailun pitäisi ehkä olla aikaisemmin

Kuvio 2: 8x8 kouluruokailu

Vaikka vastausten määrä tässä osiossa olikin vähäinen, saadut vastaukset olivat hyvin suuntaa antavia. Koska tässä vaiheessa oppilaita pyydettiin ainoastaan kirjoittamaan ylös asioita, joita kouluruokailu sanasta tulee mieleen, eivät vastaukset olleet suoranaisesti kouluruokailu.fi sivujen suunnittelua tukevia. Vastausten perusteella pystyi kuitenkin selkeästi havaitsemaan nuorten paineen saada tuoda esille kyseisessä koulussa vallitsevan keittiöhenkilökunnan puutteen sekä siitä mahdollisesti aiheutuvat ongelmat. Kaitaan koulussa oli meneillään

mittava remontti, jossa myös ruokala oli määrä uusia. Tästä syystä oppilaat ruokailivat koulun pommisuojaan rakennetussa väliaikaisessa tilassa. Koska vastaajat kokivat väliaikaisessa tilassa tapahtuvan ruokailun ahdistavaksi, on hyvin todennäköistä, että tästä syystä ruoka ja henkilökunta saivat negatiivista palautetta. Vastauksista oli nähtävissä myös painetta omasta vartalosta ja kavereiden vaikutuksesta omaan syömiseen. Useat vastaajat halusivat tuoda esille, että eivät syö koulussa lainkaan. Muutamissa vastauksissa oli kuitenkin mainittu kouluruuan terveellisyys ja useassa vastauksessa ymmärrettiin ilmaisen kouluruuan arvo.

Vastaukset olivat tässä osiossa pääosin negatiivisia mutta tukivat tutkijan ajatusta siitä, että suomalaisen kouluruuan imagon kohottamiseen tulee keksiä uudenlaisia työkaluja. Huomio on saatava pois ruuasta, ruokalasta ja henkilökunnasta ja tilalle pitää keksiä uusia nykyaikaisempia lähestymistapoja, kuten esimerkiksi kouluruokailu.fi Internet-sivut.

7.2 Kouluruokailu.fi

Tähän osioon vastasi kymmenen kolmestatoista osallistujasta. Lukumäärään oltiin äärimmäisen tyytyväisiä, sillä juuri tämän osio koettiin tärkeimmäksi työn kannalta. Kuten alla olevasta taulukosta voi nähdä, olivat tämän osion vastaukset kaikkein johdonmukaisimpia. Vastaajia kannustettiin myös keskustelemaan ja ideoimaan yhdessä. Tämä laukaisi hieman jännittynyttä tunnelmaa ja vastaukset olivatkin jo ensimmäistä ideointilomaketta huomattavasti rakentavampia. Voi siis päätellä, että tämä osio myös vastaajien kannalta mielekkäin.

<ul style="list-style-type: none"> • Ravintoympyrä • Ravintoneliö • Tietoa kouluruuasta • Kouluruuan historia • Ruokailutottumukset 	<ul style="list-style-type: none"> • Mielenkiintoisia mahdollisuuksia • ravintola • Mitä ruokaa koulussa on? 	<ul style="list-style-type: none"> • Miks pirus kaiken pitää pyöriä ruuan ja koulun ympärillä?? • Babyborn • Kökköä ruokahalua
<ul style="list-style-type: none"> • Koulupeli.fi • Jokin vetävä sivuston nimi 	<p>Kouluruokailu.fi</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Keskustelu mahdollisuudet • Jonkinmoinen chatti
<ul style="list-style-type: none"> • Mahdollisuus pelata pelejä 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuntoiluvinkkejä • Linkkejä liikuntasivuille 	<ul style="list-style-type: none"> • Virtuaali maailma

Kuvio 3: 8x8 Kouluruokailu.fi

Kouluruokailu.fi osion ideat olivat työn kannalta käyttökelpoisia. Kaitaan koululaisilta syntyi monipuolisia ideoita ja teemoja, jotka tukivat sivujen alustavaa runkosuunnitelmaa.

Vastaukset hahmoteltiin yllä olevaan ruudukkoon aihepiirinsä perusteella ja sivuston otsikoita ja sisältöä alettiin suunnitella näiden ideoiden pohjalta.

Ravitsemukseen, terveyteen ja liikuntaan liittyviä ideoita oli annettu poikkeuksetta jokaisessa vastauspaperissa. Myös kouluruuan historiasta, ruokailutavoista ja ruokailutottumuksista oltiin kiinnostuneita, koska ne nimettiin useampaan kertaan. Nuoret hahmottivat selvästi, että kouluruokailu.fi sivusto voisi toimia heille informaatiota jakavana palveluna. Vastauksista näkyi selvästi, että nuoret käyttävät Internetiä vapaa-aikanaan. Ideointilomakkeista oli havaittavissa interaktiivisten palveluiden erilaisia osa-alueita, kuten blogit, virtuaaliyhteisöt,

keskustelupalstat ja pelit. Yksi tärkeimmistä ideoista sivusto suunnitelman kannalta oli nuorten toive päästä tutustumaan koulunsa ruokalistaan Internetissä. He ilmaisivat kiinnostuksensa mahdollisuuksista antaa ruuasta palautetta ja päästä keskustelutasolle kouluruokalan henkilökunnan kanssa. Suunnitelman kannalta oleellinen idea oli myös useassa paperissa mainittu linkki sana. Jotkut olivat nimenneet ruudukkoon liikuntalinkit, toiset taas peleihin liittyvät linkit.

Verkkosivusuunnitelmassa on huomioitu Kaitaan koululta saadut ideat ja sivuston runko rakentuu hyvin pitkälti niiden pohjalle.

7.3 Positiivisia asioita kouluruuasta

Kouluruokailun topten herätti vastaustilanteessa kaikkein eniten mielipiteitä. Monet vastaajat kommentoivat tämän osion olevan vaikea tai mahdoton. Vastauspaperin otsikossa pyydettiin keksimään kymmenen positiivista asiaa kouluruuasta ja otsikon alapuolelle oli asetettu numerot yhdestä kymmeneen. Topten listauksen perään oli laitettu vielä yksi kysymys, jossa vastaajia pyydettiin keksimään kouluruokailu.fi nimiselle Internet-sivustolle nuoria kiinnostava uusi nimi. Topten osion vastaukset olivat hämmäntäviä, sillä vaikka pyydettyjä positiivisia vastauksia oli melko paljon, mutta nuoret olivat myös tuoneet tässä osiossa esille negatiivisia asioita. Tämä saattaa johtua nuorten negatiivisesta asenteesta kouluruokaa kohtaan tai tilanteen tarjoamasta mahdollisuudesta. Seuraaksi avataan topten osiosta saadut vastaukset. Tässä, kuten aiemmissakin osioissa, useassa vastauspaperissa oli samoja vastauksia. Tästä johtuen kukin asia on mainittu vain kerran.

Positiivisena asiana topten osiossa esiintyi useaan kertaan muutama sama ruokalaji ja juoma. Näitä olivat lihapullat ja pinaattiletut sekä vesi ja maito. Mahdollisuus saada ilmaista ja terveellistä kouluruokaa, eikä omia eväitä tarvitse ottaa mukaan, koettiin positiiviseksi asiaksi. Kavereiden läsnäolo ruokailutilanteessa sekä Kaitaan koululla käyttöön otettu pidennetty ruokatauko saivat myös useampia positiivisia palautteita. Ruuan oikeaa lämpötilaa ja houkuttelevaa ulkonäköä keuhuttiin yhdessä vastauspaperissa. Yhdessä vastauksessa ruuan pois heittämisen mahdollisuus koettiin positiivisena asiana. Negatiivisia asioita olivat ruuan laadun vaihtelevuus, vanha maito ja liian lyhyt ruokatauko.

Ideoinnin viimeisenä tehtävänä oli keksiä kouluruokailu.fi sivustolle uusi nimi. Topten tehtävän alle oli kirjoitettu yksinkertainen kysymys, jossa pyydettiin nimiehdotuksia kyseiselle sivustolle. Vastauksia tuli vain kuusi mutta ne olivat käyttökelpoisia. Ehdotuksia olivat Koulumurkina.fi, Ruokaile.fi, Ruokaravintola.com, Ruokala, Foodgame.fi ja pöperöpeli.fi. Koulumurkina.fi tai Ruokaile.fi ovat täysin varteen otettavia ehdokkaita

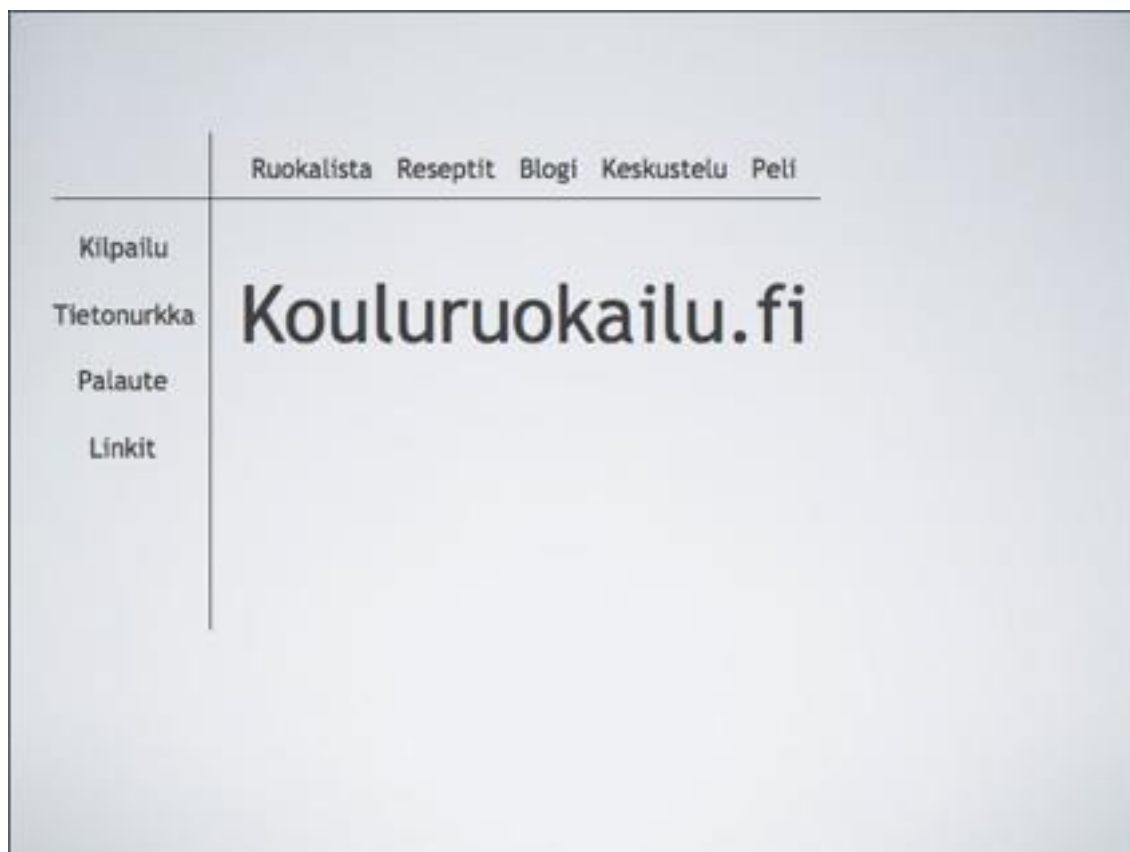
sivuston uudeksi nimeksi. Peleihin liittyvät nimiehdotukset taas voisivat toimia sivulle liitettävän pelin nimiehdokkaina.

8 Kouluruokailu.fi verkkosivut

Opinnäytetyöprosessi alkoi keväällä 2009, jonka jälkeen sivustosuunnitelmaa alettiin ideoida. Projektin alkuvaiheessa tietotekniikan opiskelijat avustivat ja esittelivät ratkaisuja siitä, miltä kouluruokailu.fi sivut voisivat näyttää. He olivat saaneet opintojaksollaan tehtäväkseen toteuttaa yksinkertaisen pohjan Internet sivuille ja halusivat osallistua kouluruokailu.fi sivuston suunnitteluun. Opiskelijat tekivät avustuksellani alustavan suunnitelman siitä, millainen sivuston aloitussivu ja ulkoasu voisi olla. Palvelun etusivulle määriteltiin pääotsikot ja valittiin sivustolle sopivia värejä ja kuvateemoja. Tämä alustava suunnitelma toimi pohjatyönä ja apuna tälle työlle ja antoi ennen kaikkea vauhtia sen aloittamiselle. Sivuston tarkoituksena on toimia valtakunnallisena palveluna, johon kaikki Suomen koulut voivat linkittyä. Tämän työn lopullinen suunnitelma tulee kuitenkin olemaan kirjallinen tuotos, jota käytännön toteuttajat käyttävät apuna koodatessaan ensimmäistä versiota sivustosta.

8.1 Teemat ja rungon suunnittelu

Työn alkuvaiheessa määriteltiin sivuston aloitussivulle yhdeksän pääotsikkoa. Suunnittelu aloitettiin listaamalla otsikoiden alle asioita, joita haluttiin tuoda esille kunkin aihepiirin alla. Kaitaan koululta saadut ideat tukivat alustavaa suunnitelmaa niin hyvin, että otsikoiden muuttamista ei katsottu tarpeelliseksi. Kaikki suunnitelman otsikot löytyvät kouluruokailu.fi verkkosivun etusivulta. Sivusto tulee olemaan täysin julkinen, ainoastaan pääsy keskustelupalstalle ja mahdollisiin omiin kansioihin edellyttää käyttäjiltä kirjautumista. Kirjautuminen tapahtuu joko nimimerkillä tai oppilasnumerolla. Seuraavaksi esitellään kouluruokailu.fi sivuston runko ja jokainen sivustolle tulevan otsikko sisältöineen. Sivustolle tulevat otsikot on jaettu informatiivisiin ja interaktiivisiin otsikoihin. Informatiivisten otsikoiden alle kuuluvat ruokalistat, reseptit, linkit ja tietonurkka. Interaktiivisten otsikoiden alle taas kuuluvat blogi, keskustelupalsta, kilpailut, palautejärjestelmä ja peli.



Kuva 1: Kouluruokailu.fi etusivu

8.2 Informatiiviset otsikot

Ensimmäisenä informatiivisten otsikoiden alla on ruokalista osio. Ajatuksena on, että ruokalista otsikon alta sivuston käyttäjät löytävät joko kaupunki tai koulukohtaiset ruokalistat seuraavan kuukauden ajalle. Ruokalistaa koskevat toiveet tulivat hyvin vahvasti esille Kaitaan koululla toteutetussa ideointitapaamisessa. Kymmenestä kouluruokailu.fi ideointilomakkeesta yhdeksässä oli esitetty idea, että koulun ruokalistat olisivat esillä jossakin yhteydessä. Myös ruuan ravintosisällöstä ja kouluruuan historiasta haluttiin lisää tietoa. Ruokalista-otsikon alle voisi liittää kouluruuan historiaosion, jossa nuorille kerrotaisiin suomalaisen kouluruuan historiasta ja kehityksestä. Kouluruuan historiaosion sisällön suunnittelusta voisi vastata Laurean opiskelija mutta ylä-asteikäiset voisivat olla mukana suunnittelussa, esimerkiksi historian opetuksen puitteissa. Koulukohtaisesti ja resurssien mukaan ruokalista osioon voitaisiin liittää mahdollisuus kertoa päivittäin tarjoiltavan ruuan ravintosisällöstä. Kuntien ja kaupunkien julkisilla ruokapalveluilla on usein käytössään reseptiohjelmat, joista ilmenevät valmistettavan ruuan ravintosisällöt. Näitä reseptiohjelmia apunaan käyttävät koulujen keittiöesimiehet, voisivat koota tarjoiltavista ruuista nuorille helppolukuisen ravintosisältötietopaketin, joka liitettäisiin ruokalistaosion alle. Kolmessa ideointilomakkeessa oli tuotu esille ravintoympyrä tai -kolmio, joka viestittää siitä, että nuoret haluavat

konkreettista tietoa ja neuvoja oman päivittäisen ruokavalionsa koostamiseen. Esimerkkinä ruokalistaosiossa voisi olla myös ravintoympyrä, jossa havainnollistettaisiin päivittäistä ravinnon tarvetta ja kouluruuan merkitystä. Ruokalistaotsikon alta löytyisi myös koulukohtainen ruokalan esittelyosio ja kouluruokalan oma sähköinen ilmoitustaulu. Ilmoitustaulu tulisi toimimaan viestintäkanavana oppilaiden ja ruokalan henkilökunnan välillä. Ilmoitustaululla keittiö voisi tiedottaa tulevista teemaviikoista ja ruokalistan muutoksista. Tämä olisi myös loistava markkinointikanava kouluruokalalle. Ideointiaineistosta käy ilmi, että koululaisten ja keittiöhenkilökunnan välillä vallitsee selkeitä erimielisyyksiä. Ideointilomakkeissa oli mainittu useaan kertaan ilkeä tai hullu keittiötäti, mikä viestittää sitä, etteivät nuoret todellisuudessa tunne keittiöhenkilökuntaa, vaan muodostavat omia mielipiteitään yleisen kouluruokaa kohtaan vallitsevan negatiivisen asenteen perusteella. Luvussa 4.2 on käsitelty tarkemmin sosiaalisen median välineiden avulla tapahtuvan kommunikoinnin merkitystä nuorten asenteisiin vaikuttamisessa. Aikuisilla on mahdollisuuksia lähestyä nuoria ja päästä hyvälle keskustelutasolle, mikäli uskalletaan ja osataan käyttää myös nuorten suosimia välineitä. (Kalliala & Toikkanen 2009, 17 - 20.) Avoimempi tiedottaminen ja yhteistyö keittiön ja nuorten välillä poistaisi varmasti näitä ennakkoluuloja ja asenteita.

Reseptiosion tarkoituksena on saada nuoret kiinnostumaan ruuasta ja ruuanlaitosta. Kotitalousopettajat ja terveydenhoitaja voisivat osallistua tämän osion suunnitteluun, sillä he ovat päivittäin tekemisissä nuorten kanssa ja ymmärtävät myös täyspainoisen ravinnon merkityksen kasvavan nuoren jokapäiväisessä elämässä. Reseptit osiosta löytyisi välipala ja leivontaohjeita, sekä muita helposti toteutettavia ruokavinkkejä nuorille. Ideointiaineistosta nousi selkeästi esille kiinnostus ruokaa kohtaan ja reseptiosion tarkoituksena olisikin nimenomaan rohkaista nuoria kokeilemaan ruuanlaittoa. Tässä osiossa nuoret voisivat perustaa oman reseptikansion, jossa voisivat julkaista omia reseptejään, sekä liittää osiossa olevia muita reseptejä omaan kansioonsa. Reseptiosiossa voitaisiin järjestää kilpailuja esimerkiksi parhaasta välipalasta tai vaikkapa täydellisestä urheilijan lounaasta. Joka kuukausi tässä osiossa julkaistaisiin kuukauden resepti, joka toivottavasti rohkaisisi nuoria kokeilemaan ruuanlaittoa. Reseptiosioon olisi hyödyllistä hankkia yhteistyökumppaneiksi ravitsemuksen asiantuntijoita ja yhdistyksiä sekä elintarvikealan toimijoita. Yhteistyökumppanit voisivat osallistua reseptien julkaisuun sekä linkittää tähän yhteyteen pääsyn omille verkkosivuilleen.

Kouluruokailu.fi ideointiosiosta saadut vastaukset ilmentävät, että nuoret kaipaavat tietoa ruokaan ja ravitsemukseen liittyvistä asioista. Tiedon hankkimisen helpottamiseksi kouluruokailu.fi sivustolle tullaan tekemään kattava linkkilista nuoria kiinnostavista Internet-palveluista ja -sivustoista. Koska Suomessa on olemassa useita ravitsemukseen, liikuntaan ja terveyteen erikoituneita tahoja, miksi niitä ei hyödynnettäisi myös kouluruokailu.fi sivustolla.

Esimerkiksi Suomen ruokatiedon kotisivut ovat äärimmäisen hyvät ja kattavat ja ne tarjoavat paljon tietoa ruuasta ja ravitsemuksesta. Myös Sydänliitto ja Suomen leipätiedotus tarjoavat hyödyllistä tietoa ravitsemuksesta. Linkitettyjen sivustojen ei tarvitsisi olla ainoastaan ruokaan liittyviä, vaan tarjolla olisi esimerkiksi urheiluseurojen ja muiden harrastemahdollisuuksien, sekä sosiaalisten medioiden sivustoja. Linkkiosiota löytyisi myös lista kaikista kouluruokailu.fi sivujen yhteistyökumppaneista. Linkkien hyödyistä, merkityksestä ja käytöstä Internet-sivuilla kerrotaan tarkemmin luvussa 5.2. (Korpela & Linjama 2005, 52 - 60). Linkkiosiota varten olisi hyödyllistä kartoittaa nuorten omia suosikkisivustoja, jotta osiosta saataisiin mahdollisimman kattava ja nuoria hyvin palveleva kokonaisuus.

Kuten edellisessä luvussa mainittiin, kaipaavat nuoret tietoa ruuasta ja ravitsemuksesta. Ideointilomakkeissa mainittuja aiheeseen liittyviä sanoja olivat esimerkiksi ravintoympyrä, ravintokolmio, ruokailutottumukset ja liikuntavinkit. Tietonurkka nimellä kulkeva otsikko tulisi olemaan puhtaasti asiallinen ja nuorten tiedonhankintaa helpottava osio. Tietonurkasta käyttäjät löytäisivät kuukausittain vaihtuvan ravitsemukseen liittyvän tietopaketin. Tämän tietopaketin olisi tarkoitus olla lyhyt ja helppo lukuinen, jotta siinä kerrottava informaatio jäisi käyttäjien mieleen. Osiossa voitaisiin käsitellä esimerkiksi täysipainoisen aterian koostamista, ruuan ja liikunnan yhdistämistä ja erilaisten ravintoaineiden merkitystä kasvavalle nuorelle. Tässä osiossa nuorilla olisi mahdollisuus esittää kysymyksiä ja antaa omia ehdotuksiaan seuraavan kuukauden tietopakettia varten. Loistavia yhteistyökumppaneita voisivat olla jo kertaalleen linkeissä mainitut Sydänliitto, Suomen leipätiedotus ja Suomen ruokatieto. Osion päivittämisestä voisivat vastata Laurean opiskelijat yhteistyössä mahdollisten yhteistyö kumppanien kanssa. Olisi hienoa mikäli tähän osioon saataisiin yhteistyökumppaniksi myös ravitsemuksen ammattilainen. Nuoret arvostaisivat varmasti jos heidän kysymyksiinsä vastaisi esimerkiksi lääkäri tai ravitsemusterapeutti.

8.3 Interaktiiviset otsikot

Interaktiivisiin otsikoihin lukeutuva blogiosio tulee toimimaan vierailevien kirjoittajien voimalla. Tämän päivän nuoret ovat tottuneet jokapäiväisessä elämässään käyttämään Internetin tarjoamia palveluita ja mahdollisuuksia aivan eri tavalla, kuin vaikkapa nuoret kymmenen vuotta sitten. Nuoret kuuluvat erilaisiin virtuaaliyhteisöihin ja käyttävät sosiaalisia medioita aktiivisesti oppimisen välineinä. Tiedon hankkiminen ja oppiminen on heille jopa helpompaa verkossa ja erilaisissa sähköisissä medioissa, kuin perinteisten luentojen avulla. Blogija ja niiden kirjoittamista on käsitelty syvällisemmin luvussa 4.2 (Kalliala & Toikkanen 2009, 41 - 44). Edellä mainittujen seikkojen pohjalta mietittiin erilaisia ratkaisuja kouluruokailu.fi sivustolle ja yhdeksi osioksi sivustolle haluttiin ehdottomasti blogi. Kouluruokailu.fi palvelun blogi osiossa kuukausittain vaihtuva vieras kirjoittaisi omista

ruokailutottumuksistaan ja suhteestaan kouluruokaan. Blogin tarkoituksena ei olisi käsitellä ainoastaan ruokaa, vaan vieraat saisivat myös vapaasti kirjoittaa omasta työstään, harrastuksistaan ja kiinnostuksen kohteistaan. Blogissa vierailevat henkilöt voisivat olla nuorten esikuvia eri aloilta, kuten esimerkiksi musiikin ja urheilun parista. Koska tutkimusaineistosta nousi vahvasti esille nuorten halu löytää tietoa kouluruuasta ja siihen liittyvistä asioista, ajateltiin blogin olevan mainio väline tuoda tätä tietoa esille rennommassa muodossa. Blogi herättää nuorissa varmasti ajatuksia ja keskusteluja ja näin ollen kouluruoka saa tarvitsemaansa huomiota ilman, että sitä tuotaisiin väkisin esille, esimerkiksi opetus- tai valistustilanteissa. Blogissa esiintyvät vierailijat olisivat vaihtelevasti eri alojen toimijoita ja esittelisivät samalla omaa opiskelu taustaansa sekä ammatin valintaansa. Tässä saataisiin yhdistettyä sekä ravitsemukselliset että ylä-aste ikäisiä paljon askarruttavat ammatinvalintaan liittyvät kysymykset.

Tämä osa-alue tuli ideointilomakkeissa esille kaikkein vahvimmin. Kolmestatoista vastaajasta yksitoista kirjoitti jossain muodossa kouluruokailu.fi sanan yhteyteen keskustelupalstan tai chat-sanan. Kalliala ja Toikkanen (82 - 83, 90 - 91) kirjoittavat kirjassaan sosiaalinen media opetuksessa, että chatit ja keskustelupalstat ovat nuorten keskuudessa hyvin suosittuja ja niiden avulla pidetään yllä ystävyssuhteita, sekä luodaan uusia tuttavuuksia. Keskustelupalstoille muodostuu usein ryhmiä, joko aiheen tai yhteisen kiinnostuksen pohjalta. Yleisimpiä nuorten suosimia virtuaaliyhteisöjä ovat pelimaailmat, joissa nuoret luovat itselleen hahmon. Hahmo seikkailee virtuaalimaailmassa ja suorittaa erilaisia tehtäviä, sekä kehittyy niiden myötä. Virtuaalimaailmoissa nuoret voivat keskustella ja tehdä yhteistyötä muiden hahmojen kanssa. Koska keskustelupalstoilla toimiminen on nuorille tuttua ja mieleistä, halusin luoda kouluruokailu.fi sivustolle myös oman keskustelupalstan. Nuoret voisivat kirjautua tälle keskustelufoorumille nimimerkillä ja käydä keskusteluja vapaasti valitsemistaan aiheista. Tähän osioon tarvittaisiin kuitenkin täysi-ikäinen valvoja, joka pitäisi huolen keskustelupalstan kirjoitusten asiallisuudesta. Palstalla käydyt ruokaan liittyvät keskustelut tuottaisivat myös hyödyllistä tietoa kouluruokaloiden henkilökunnalle.

Kilpailut osiossa järjestettäisiin kilpailuja sekä koulukohtaisesti että valtakunnallisesti. Ideointilomakkeista saatujen ehdotusten pohjalta koettiin kilpailuosion olevan erittäin tärkeä sivuston kannattavuuden ja toimivuuden kannalta. Nuoret ovat aktiivisia Internetin käyttäjiä mutta kyllästyvät nopeasti, mikäli eivät löydä sivustoilta heitä kiinnostavia asioita tai virikkeitä. Ideointilomakkeiden vastauksista kävi myös ilmi, että nuorilla on vahvoja mielipiteitä joita he haluavat tuoda esille. Kilpailuosio olisi nuorille sekä vaikutuskanava että mahdollisuus voittaa hyviä palkintoja. Kilpailujen avulla voitaisiin kehittää kouluruokaloiden toimintaa ja palveluita. Kilpailujen aiheena voisi olla esimerkiksi suomalaiselle kouluruualle suunniteltava logo tai jokin koko maan kattava uusi teemaviikko. Koulukohtaisesti kilpailut voisivat olla esimerkiksi piirustus- tai kirjoituskilpailuja, joiden aiheena olisi jollain tavalla

ruoka, pöytätavat tai vaikkapa ruokalan ulkoasu. Kilpailuosioon olisi hyödyllistä hankkia yhteistyökumppaneita elintarvikealalta. Heiltä voisi tiedustella tukea kilpailujen toteutukseen esimerkiksi palkintojen muodossa. Elintarvikealan toimijat voisivat hyödyntää kyselyiden tai kilpailujen muodossa nuorten ideoita ja toiveita suunnitellessaan uusia tuotteita. Kilpailut ovat hyvä ja tehokas tapa houkutella nuoria tutustumaan kouluruokailu.fi sivustoon ja myös palaamaan sinne uudestaan. Kilpailujen ja niistä saatavien palkintojen avulla voitaisiin markkinoida sivuja esimerkiksi nuorten lehdissä tai koulujen seinille laitettavissa mainoksissa. Sivujen markkinointistrategian suunnittelu ja toteuttaminen olisivat hyviä projekteja esimerkiksi Laurean liiketalouden opiskelijoille. Kouluruokailu.fi sivujen lanseeraaminen ja ensimmäinen markkinointiprojekti voisi olla uuden nimen ja logon suunnittelukilpailu sivustolle. Kilpailussa haastettaisiin suomalaiset ylä-aste ikäiset nuoret suunnittelemaan logo ja nimi sivustolle. Kilpailuun saisi osallistua yksi joukkue kustakin suomalaisesta koulusta. Voittajan suunnittelema uusi nimi ja logo julkaistaisiin samalla, kun sivusto virallisesti avattaisiin. Kilpailun palkintona voisi olla esimerkiksi elintarvikealan yhteistyökumppanilta saatu lahjoitus, joka olisi suunnattu kaikille voittaja koulun oppilaille. Palkintohan voisi olla vaikkapa yhteistyökumppanin tukema jälkiruoka päivä kaikille koulun oppilaille.

Palautejärjestelmän tarkoituksena olisi kerätä kehitysehdotuksia ja palautetta sivustojen sisällöstä ja toimivuudesta. Palautteen perusteella sivustoa pystyttäisiin kehittämään paremmin nuoria palvelevaksi kokonaisuudeksi. Tähän yhteyteen voitaisiin myös liittää Laureassa opinnäytetyönä suunniteltu kouluruokaa ja ruokalan viihtyvyyttä arvioiva palautejärjestelmä. Tämä palautejärjestelmä on kouluruokaloiden toimintaa kokonaisvaltaisesti arvioiva työkalu. Jokainen kouluruokailu.fi sivuston käyttäjä voisi tämän palautejärjestelmän avulla arvioida oman koulunsa ruokalan toimintaa.

Kouluruokailu.fi sivustolle linkitettäisiin Laureassa suunniteltu serious game. Serious game on Laurean kansainvälisessä tutkimusyksikössä suunniteltu opettavainen peli, jonka tarkoituksena on saada nuoret kiinnostumaan kouluruuasta ja samalla oppimaan terveellisen ruokailun merkitystä. Jokainen ideointiin osallistunut kaitaan koulun oppilas nimesi peli sanan jossakin muodossa omaan vastauspaperiinsa. Tämän päivän nuorten vapaa-ajan kulttuuriin liittyy hyvin vahvasti pelaaminen tietokoneella ja tästä syystä pelin koettiin tärkeäksi osaksi myös kouluruokailu.fi sivustolla.

9 Runkosuunnitelman arviointi

Opinnäytetyön tuotteena syntynyttä kouluruokailu.fi sivuston runkosuunnitelmaa arvioitiin kolmesta eri näkökulmasta. Ensimmäisessä osiossa suunnitelma esiteltiin toimeksiantajalle ja siitä saatiin palautetta sekä kehitysehdotuksia. Toinen arviointi näkökulma syntyi sivuston tulevan käyttäjäryhmän arvioinnista. Suunnitelma esiteltiin Itäkeskuksen koulun

kahdeksannen luokan oppilaille ja heiltä tiedusteltiin mielipiteitä sivustosta. Kolmas arviointi osio on työn vertailu kouluruokailu aihetta käsittelevään englantilaiseen Internet-sivustoon lloveschoolmeals.co.uk. Sivuston rakenne ja sisältö ovat hyvin samankaltaisia kuin tämän työn suunnitelmassa ja siksi se toimii työlle hyvänä vertailukohteena.

Kouluruokailu.fi sivuston käytännön toteutus on aloitettu ja ensimmäinen versio sivustosta avautuu mahdollisesti jo tämän kevään aikana. Toteutuksesta vastaavat Laurean kansainvälisessä tutkimusyksikössä työskentelevät Jaeseong Park ja Marc Heitkamp, jotka ovat molemmat Laureassa kansainvälisessä työvaihdossa. Jaeseongin, Marcin ja Auli Guillandin arviot työstä ovat ensimmäisessä aluvuossa. Heidän antamistaan arvioista, muutosehdotuksista, palautteista ja tämän jälkeen tapahtuneesta kehitystyöstä syntyi lopullinen kouluruokailu.fi sivuston runkosuunnitelma.

9.1 Toimeksiantajan arviot ja sivustos suunnitelman kehittäminen

Toimeksiantajani Auli Guillandin sekä työn teknisten toteuttajien Marc Heitkampin ja Jaeseong Parkin kanssa käyty arviointikeskustelu työstä käytiin 16.3.2010. Heille esiteltiin sivuston runkosuunnitelma PowerPoint esityksen avulla, jonka jälkeen käytiin yksityiskohtaisesti läpi jokainen sivuston otsikko ja niiden sisältö. Työn rakennetta pohdittiin ja käytiin läpi, millaiset mahdollisuudet kunkin osion toteuttamiseen olisi. Heidän mielestään kaikki otsikot olivat hyviä ja niiden valinnat oli hyvin perustelu mutta osa otsikoista oli joko resurssien tai käytännön mahdollisuuksien takia vaikea toteuttaa. Sivuston otsikoiden alle suunniteltu sisältö miellytti yhteistyökumppaneita ja he ehdottivat rajaamaan otsikoiden määrän viiteen, alkuperäisen yhdeksän sijaan. Sisällöltään sivuston uusi versio tulee kuitenkin olemaan hyvin samanlainen, kuin alkuperäinen suunnitelma. Sivuston ylläpitäminen on tarkoitus aloittaa Laurean oman henkilökunnan ja opiskelijoiden voimin, joten ensimmäisen version on oltava helposti toteutettava ja yksinkertainen ylläpitää. Keskustelun ja suunnittelun jälkeen sivuston otsikoiksi päädyttiin valitsemaan etusivu, oma koulu, oma ateria, peli ja deli nimiset otsikot. Syöttämällä Kouluruokailu.fi osoitteen Internet palvelimeen aukeaa ensimmäisenä näkyville etusivu. Seuraavassa kappaleessa kerrotaan tarkemmin otsikoiden sisällöstä.

Yhteistyökumppaneiden kanssa kokoonnuttiin toisen kerran 23.3. Tarkoituksena oli viimeistellä sivuston runkosuunnitelma. Uusi versio suunnitelmasta oli muokattu edellisen tapaamisen ideoiden pohjalta ja se käytiin läpi ensimmäisenä. Kuten edellisessä kappaleessa mainittiin, päädyttiin suunnitelmassa käyttämään kouluruokailu.fi sivuston aloitussivusta nimeä etusivu. Etusivulla käyttäjät kirjautuvat omilla tunnuksillaan sivustolle ja näin palvelu tunnistaa missä koulussa henkilö on kirjoilla. Kirjautumisen jälkeen käyttäjä pääsee tutustumaan oman koulunsa ruokalistoihin ja omiin henkilökohtaisiin tietoihinsa, joita on

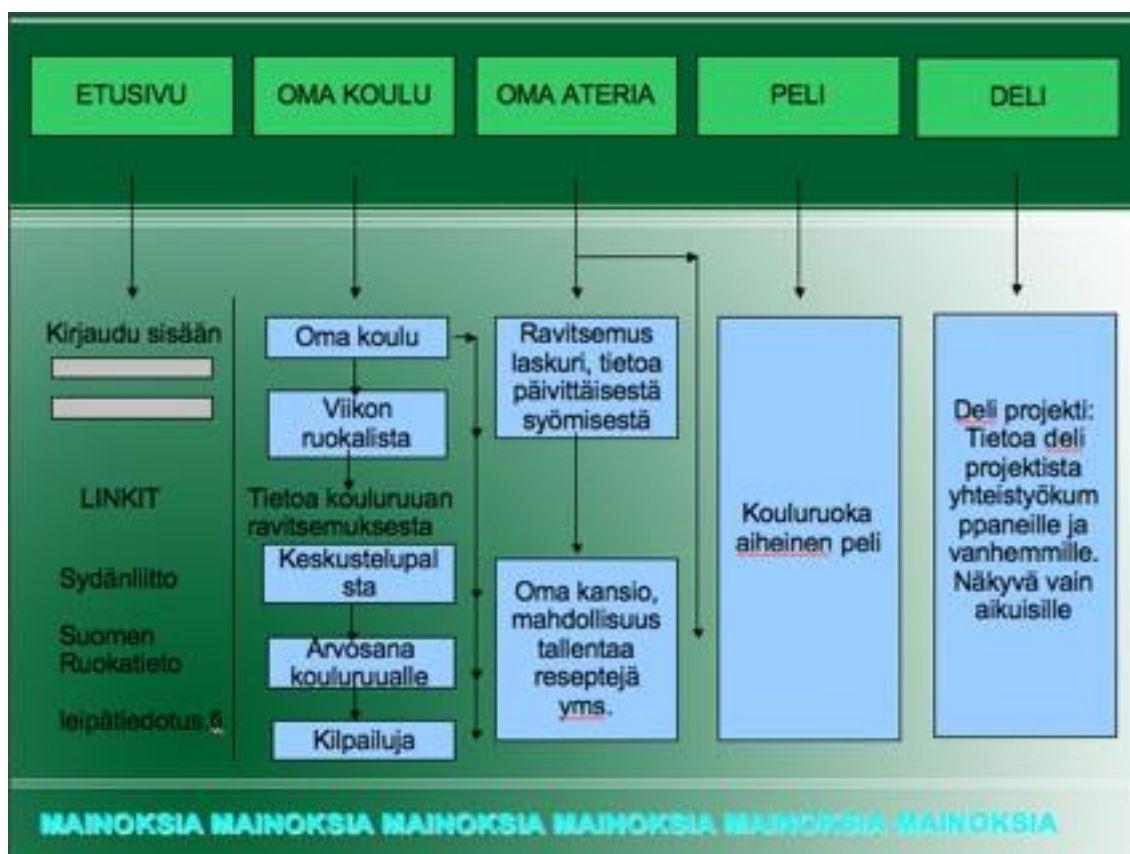
mahdollisesti palveluun syöttänyt. Etusivulla on tarkoitus mainostaa projektin mahdollisten yhteistyökumppaneiden tuotteita ja palveluita sekä itse sivuston käyttömahdollisuuksia.

Sivuston toisena otsikkona toimii Oma koulu osio, jossa käyttäjä pääsee sisään kirjaututtuaan tarkastelemaan oman koulunsa ruokalistoja kaksi viikkoa eteenpäin. Oma koulu-osiossa on tarjolla ravitsemustietoa kunkin päivän kouluruuasta ja mahdollisuus käydä antamassa arvosana oman koulun kouluruualle. Koululaisten antamat arvosanat kouluruualle lasketaan kerran viikossa ja parhaan kouluruuan valmistanut koulu julkaistaan sivustolla. Oman koulu-osiossa olisi tarkoitus järjestää kouluruokailuun liittyviä kilpailuja, jotka voisivat olla joko valtakunnallisia tai yksittäisen koulun aktiivisuudesta riippuen vain koulukohtaisia.

Oma ateria-osion tarkoituksena on tarjota käyttäjille mahdollisuus tutustua tarkemmin omaan päivittäiseen ruokavalioonsa ravintolaskurin avulla. Laskuriin syötetään kaikki päivän aikana nautitut ateriat, välipalat ja juomat ja näistä laskuri muodostaa koonnin päivän ravitsemus sisällöstä. Oman aterian sisältöä verrataan suomalaisiin ravitsemus suosituksiin ja laskuri antaa tulosten pohjalta vinkkejä hyvän ja kokonaisvaltaisen aterian koostamisesta. Ravitsemuslaskuri osiossa tullaan käyttämään jo olemassa olevaa laskuri palvelua.

Peliotsikon alta käyttäjät löytävät Laureassa tuotetun seroius game nimellä kulkevan kouluruokaa käsittelevän pelin. Myöhemmin sivujen kehittyessä peli osion alle voidaan linkittää muita verkossa toimivia pelisivustoja ja palveluita. Viimeinen otsikko sivustolla on Deli, joka sisältää tietoa Deli projektista ja on tarkoitettu pääasiallisesti koulujen henkilökunnalle ja vanhemmille. Itse aloin työstämään sivuston runkosuunnitelmaa Gusto hankkeen alla mutta projektin edetessä sivuston suunnittelu on siirtynyt Deli nimisen projektin alle.

Yhteistyökumppanit olivat todella tyytyväisiä suunnitelmaan, eikä siihen haluttu toistaiseksi muutoksia. Lopullinen suunnitelma luovutettiin tapaamisen päätteeksi jatko työstämistä varten. Samassa yhteydessä saatiin myös tieto, että kouluruokailusivuston edelleen kehittämistä varten on suunnitteilla uusi opinnäytetyö. Kun ensimmäinen versio verkkosivuista valmistuu, tarvitaan aktiivista markkinointia ja koulujen aktivoimista mukaan projektiin. Tässä on varmasti työn sarkaa useammalle opinnäytetyölle.



Kuva 2: Kouluruokailu.fi etusivun lopullinen versio

9.2 Käyttäjryhmän arviot

Arviointilomaketta laadittaessa on otettava huomioon ensisijaisesti kohderyhmä, jolle lomake on kohdistettu. Hyvä lomake saa kohderyhmän edustajat tuntemaan itsensä tärkeiksi. Hyvät ja selkeät vastausohjeet ovat äärimmäisen tärkeitä, jotta vastaaja ei turhaudu tai muodosta negatiivista kuvaa kyselystä. On tärkeää, että kohderyhmän mielenkiinto säilyy koko kyselyn ajan, joten lomakkeesta ei kannata tehdä liian pitkää. Lomakkeen ulkoasussa on kiinnitettävä huomiota selkeyteen, siisteyteen ja houkuttelevuuteen. Lomakkeessa olevien kysymysten tulee edetä loogisessa järjestyksessä ja jokaisen kysymyksen edessä tulee olla numero. (Aaltola & Valli 2010, 103 - 125.)

Käyttäjryhmän arviot sivuston rakenteesta, toimivuudesta ja kiinnostavuudesta kerättiin Itäkeskuksen koululla 13.4 klo 13.00. Tutkimusta varten oltiin yhteydessä Itäkeskuksen peruskoulun kotitalousopettajaan Anna-Elina Huovioon ja hän oli äärimmäisen kiinnostunut yhteistyöstä. Sivostosuunnitelma esiteltiin Itäkeskuksen koulun kahdeksannen luokan oppilaille PowerPoint esityksen avulla, jonka jälkeen kerättiin palautetta suunnitelmasta palautelomakkeen välityksellä. Itäkeskuksen peruskoululaisille päädyttiin esittelemään yhteistyökumppaneiden kanssa muokattu lopullinen versio sivustosta, sillä sen pohjalta oikeaa

sivustoa on alettu työstämään. Lopullinen versio on myös totuudenmukaisin ja lähimpänä sivuston lopullista toteutusta. Palautelomakkeessa oppilaat antoivat arvosanoja asteikolla yhdestä viiteen, sivuston nimestä, aiheesta, toimivuudesta, rakenteesta ja kiinnostavuudesta.

Arviointiin osallistuneita oli yhteensä 11, joista kolme oli tyttöjä ja kahdeksan oli poikia. Arviointilomakkeessa ei kuitenkaan pyydetty ilmoittamaan nimeä, ikää tai sukupuolta, vaan kaikki vastaukset jäivät anonyymeiksi. Kaikki osallistujat täyttivät arviointilomakkeen ja arviointia varten saatiin 11 käyttökelpoista vastauspaperia.

Arviointilomake (Kts. Liite 1) koostui seitsemästä kysymyksestä, joista vain yksi oli avoin kysymys. Avoimessa kysymyksessä nuorilta tiedusteltiin, millaiset liitteet olisivat heidän mielestään hyödyllisiä sivustolla. Muut lomakkeessa olleet kysymykset olivat väittämiä, joihin pyydettiin antamaan arvosana asteikolla yhdestä viiteen. Näiden arvosanoilla toimivien kysymysten perässä oli kuitenkin mahdollisuus antaa omia kommentteja aiheesta.

Lomakkeen ensimmäinen ja toinen kysymys käsittelivät sivuston nimeä ja kouluruokailua Internet-sivuston aiheena. Nimeä arvioitiin melko tasaisesti ja suurin osa vastauksista sijoittui arvosanan kolme ja viisi välille. Keskiarvo sivuston nimestä oli 3,18. Yhdessä arviointilomakkeessa ehdotettiin sivuston nimeksi kouluruoka.fi. Kouluruokailu Internet-sivuston aiheena ei tuntunut kiinnostavan nuoria, sillä arvosanat vaihtelivat yhden ja kolmen välillä. Joukkoon mahtui kuitenkin muutama arvio, jossa aihe sai täydet viisi pistettä. Kouluruokailu sivuston aiheena sai keskiarvokseen 2,45.

Kolmas ja neljäs kysymys käsittelivät sivuston otsikoita ja sisältöä. Näissä osioissa pyydettiin arvioimaan sivuston otsikot; etusivu, oma koulu, oma ateria ja peli, sekä erilaisia sisältö kokonaisuuksia, joita olin määritellyt sivuston tarjonnasta. (Kts. Liite 1, kysymykset 3 ja 4.) Vaikka kouluruokailua ei pidetty kovinkaan mielenkiintoisena Internet-sivuston aiheena, saivat otsikot hyviä ja tasaisia arvosanoja. Otsikoista edukseen erottuivat oma ateria ja peli osiot, joista nuoret halusivat myös arvioinnin aikana esittää kysymyksiä ja antaa palautetta. Oma ateria osion alle kuuluva ravitsemuslaskuri kiinnosti useita vastaajista ja peli keräsi suosiota etenkin poikien keskuudessa. Sisältö osuudessa korkeimmat arvosanat keräsivät mahdollisuus päästä tutustumaan oman koulun ruokalistaan, ravitsemuslaskuri ja kilpailut. Vähiten mielenkiintoa herättivät linkit sekä reseptiosio.

Viides kysymys oli arvioinnin ainoa avoin kysymys ja siinä tiedusteltiin nuorten mielestä hyödyllisiä linkkejä kouluruokailu.fi sivustolle. Vain puolet osallistujista oli vastannut tähän kysymykseen. Yhdessäkään lomakkeessa linkiksi ei ollut nimetty jo olemassa olevaa sivustoa, vaan vastaukset käsittelivät aihepiiriä, josta oltiin kiinnostuneita. Kaikki annetut vastaukset

liittyivät ravitsemukseen, terveyteen ja ruokailuun. Nuoret kaipasivat linkkejä, joista he voisivat löytää ravitsemustietoa helposti ja selkeästi.

Viimeisissä kysymyksissä (5 ja 6) nuoria pyydettiin antamaan arvosana asteikolla yhdestä viiteen, kuinka todennäköisesti he käyttäisivät palvelua ja millaisen kokonaisarvosanan he haluavat antaa esittelemälleni sivustosuunnitelmalle. Vastauksista oli selkeästi nähtävissä kahdenlaisia mielipiteitä, osa vastaajista käyttäisi hyvin todennäköisesti sivustoa ja osa ei. Keskiarvoksi käytön todennäköisyydelle muodostui 3,09. Kokonaisarvosanaksi kouluruokailu.fi sivustolle Itäkeskuksen koululaiset antoivat arvosanan 3.

Arviointi oli antoisa ja todenmukainen, vaikka vastausprosentti avoimiin kysymyksiin olikin melko alhainen. Työn kannalta arviot olivat kuitenkin positiivisia ja niiden perusteella sivustosuunnitelma oli käyttäjäryhmälle sopiva. Saatuja vastauksia voidaan varmasti hyödyntää sivuston käytännön toteutuksessa ja sisällön kehittämisessä. Arvioinnista saatu materiaali luovutetaan työtä jatkavalle opinnäytetyön tekijälle. Uusi opinnäytetyö tulee muodostumaan sisällön kehittämisestä ja ensimmäisen version yksityiskohtaisemmasta testaamisesta käyttäjillä.

9.3 Iloveschoolmeals.co.uk benchmarking

Benchmarkingilla tarkoitetaan menetelmää, jossa tiedonkeruun ja vertailun avulla halutaan parantaa omaa toimintaa. Sen tarkoituksena on oppia nimetyiltä esikuvilta uusia toimintatapoja ja -malleja, joita voidaan soveltaa oman yrityksen toimintaan. On tärkeää kartoittaa oman yrityksen heikkoudet ja vahvuudet, jotta toisten toimintatapoja voidaan helpommin verrata omiin. Lähtökohtana on tarve kehittää omaa toimintaa ja tämän takia on määriteltävä tarkkaan oma toiminta-ajatus, strategia ja tavoitteet joihin halutaan päästä. Benchmarking tapoja on monia mutta tärkeintä on löytää omalle yritykselle ja sen arvoille sopivin vertailukohde. Toisen yrityksen tunnuslukujen ja prosessien vertailu on tyypillinen tapa suorittaa benchmarkingia. Toisaalta voidaan valita menestyvä kilpailija, jonka toimintatapoja vertaillaan ja tutkitaan. Benchmarkingia voidaan tehdä myös yhteistyössä toisen yrityksen kanssa, jolloin molemmat osapuolet hyötyvät toiminnasta. Yhteistyössä molemmat esittelevät omia prosessejaan ja vuorovaikutuksen avulla pyritään löytämään uusia parempia toimintamalleja. On kuitenkin muistettava, että benchmarking prosessi perustuu luottamukseen kahden osapuolen välillä. Mikäli tehdään yhteistyötä toisen yrityksen kanssa, pelisäännöt on sovittava ja pyydettävä lupa tietojen julkaisemiseen. Muista, että olet myös itse velvollinen antamaan samankaltaisia tietoja, mitä odotat toiselta osapuolelta saavasi. (Hotanen, Laine & Pietiläinen 2001, 6 - 13.)

Benchmarking on prosessin omaista toimintaa ja siitä voidaankin hahmottaa selkeästi viisi vaihetta. Ensimmäisenä on määriteltävä kehityskohde, joka päätetään yhdessä yrityksen johdon ja sidosryhmien kanssa. Seuraava vaihe on suunnittelu, jossa päätetään benchmarkingilla halutut tavoitteet. Suunnitelmavaiheessa jaetaan projektiin osallistuvien henkilöiden vastuualueet ja sovitaan aikataulu. Myös resurssien laskeminen on välttämätöntä, sillä projekti vaatii monenlaista osaamista ja investointeja. Suunnittelun jälkeen tuleva vaihe on toteutus. Toteutusta varten on kuvattava yrityksen nykyinen tila ja analysoitava sen toimintaa. Tässä yhteydessä nousee usein esille uusia kehityksen kohteita mutta havaitaan myös yrityksen vahvuuksia. Seuraava vaihe on benchmarking-kohteen etsiminen, jossa voidaan käyttää apuna aiheen asiantuntijoita ja kirjallisia lähteitä. On otettava huomioon, että paras vertailukohde saattaa löytyä aivan eri toimialalta, kuin missä itse toimit. Sopivan kohteen löydyttyä valmistaudutaan tapaamiseen ja suunnitellaan tarkasti kysymykset joihin halutaan vastauksia. Tapaamisen aikana on tärkeää tehdä huolelliset muistiinpanot, jotka sitten käynnin jälkeen analysoidaan ja niiden pohjalta aletaan kehittää uusia toimintamalleja. Viimeinen vaihe benchmarking prosessissa on toimeenpano- ja vakiinnuttamisvaihe. Tässä vaiheessa saatujen havaintojen ja johtopäätösten perusteella suunnitellaan toimet, joiden mukaan edetään ja joiden avulla ryhdytään parantamaan ennalta määriteltäviä osa-alueita. Muutos prosessia seurataan ja pyritään parantamaan sen edetessä. Toimeenpano- ja vakiinnuttamisvaiheessa hyvä ja motivoiva johtaminen on äärimmäisen tärkeää. (Hotanen ym. 2001, 14 - 15, 43 - 49.)

Kouluruokailu.fi sivuston vertailukohteeksi valittiin englantilainen kouluruokailu sivuston nimeltään Iloveschoolmeals.co.uk. Internetin välityksellä kartoitettiin kouluruokailua käsitteleviä sivustoja ja palveluita, jotka olisivat nimenomaan nuorille suunnattuja. Iloveschoolmeals.co.uk oli löydetyistä sivuista kaikkein selkein ja informatiivisin, sekä muistutti sisällöltään tämän työn runkosuunnitelmaa. Jotta tämän tuotoksen toimivuutta pystyttiin arvioimaan, päätettiin sitä verrata Iloveschoolmeals sivuston ulkoasuun, sisältöön ja kiinnostavuuteen.

Iloveschoolmeals-sivuston etusivu on hyvin selkeä ja sen ylälaidassa on yleistä tietoa sivuston rakenteesta, sen näkyvyydestä mediassa, yhteistyökumppaneista sekä sponsoreista. Sivun ylälaidassa olevat otsikot ovat varmasti tarkoituksella pienellä fontilla ja suunnattu aikuisille. Kohderyhmänä ovat tällä sivustolla kaikki koululaiset ja heille suunnattu informaatio löytyykin sivun keskeltä erillisistä laatikoista. Laatikot ovat suuria ja ne on otsikoitu nimillä Get thanking, Get eating, Get cooking, Get active ja Get filming.

Kouluruokailu.fi sivuston ulkoasuun voisi ottaa vinkkejä tämän sivuston otsikko ja sisältö asettelusta. Jokaisessa laatikossa on kuvia ja lyhyt mainosteksti. Yläotsikoiden ja laatikoissa olevien otsikoiden lisäksi sivuston alareunassa on linkkejä erilaisiin blogi palveluihin sekä

mahdollisuus tutustua kouluruokaa käsitteleviin kirjoituksiin mediassa. Ensimmäisessä Get thanking osiossa sivuston käyttäjillä on mahdollisuus käydä kiittämässä oman koulunsa keittiöhenkilökuntaa. Tämä kiitoskampanja liittyy Englannissa järjestettävään kouluruokailu teemaviikkoon. (Iloveschoolmeals.co.uk.)

Get eatingosio käsittelee Englannissa suoritettua paras kouluruoka äänestystä ja sen tuloksia. Osiossa esitellään mukana olleet koulut ja suosituimmat ruoka-annokset. Parhaan kouluruuan valinta kuuluu myös osaksi kouluruokaviikkoa, jonka järjestämisessä on ollut aktiivisesti mukana kuuluisa huippu-urheilija Colin Jackson. Osiossa on myös linkitettynä muutama video, jossa julkisuuden henkilöt kertovat oman kouluruoka suosikkinsa. Tämä osio on hauska ja mielenkiintoinen ja siitä löytyy samoja piirteitä, kun tämän työn omakouluosiosta. Kouluruokailu.fi sivustolla voisi myös hyödyntää videoiden linkittämistä. (Iloveschoolmeals.co.uk.)

Get cookingosiossa lapsia ja nuoria kannustetaan ruuanlaittoon vuoden 2009 kouluruokala kokiksi valitun Debbie Mumfordin avustuksella. Debbie esittelee videoiden avulla yksinkertaisia ruuanlaittoa ja antaa reseptejä. Get active-otsikon alla Colin Jackson kertoo omasta urheilijan urastaan, liikunnasta ja sen merkityksestä jokapäiväisessä elämässä. Tästä osiosta löytyy esimerkiksi video vatsalihasliikkeiden tekoon. Viimeinen otsikko Get filming on lapsille ja nuorille tarkoitettu mainoselokuva kilpailu. Kilpailun aiheena on suunnitella ja toteuttaa kouluruokaan ja sen terveysvaikutuksiin liittyvä puolen minuutin pituinen mainosvideo. Mainosvideo kilpailu on loistava idea ja myös sitä voisi hyödyntää kouluruokailu.fi sivustolla. (Iloveschoolmeals.co.uk.)

Iloveschoolmeals.co.uk-sivusto on kattava ja huolellisesti suunniteltu kokonaisuus, jossa on osattu hyödyntää äärimmäisen hyvin julkisuuden henkilöitä ja siirtää huomio itse kouluruuasta muihin siihen linkittyviin aiheisiin. Videoita ja kuvia on hyödynnetty loistavalla tavalla, jotta ne herättävät käyttäjien kiinnostusta. Vuoden kouluruokalakokki äänestys on toimiva keino näyttää nuorille, että kouluruokaan halutaan myös panostaa. Samankaltaisen äänestyksen voisi toteuttaa Suomessakin. Verratessa tätä suunnitelmaa Iloveschoolmeals.co.uk sivustoon, löydettiin monia yhtäläisyyksiä. Paras kouluruoka äänestys, samankaltainen idea otsikoinnissa, blogit sekä kilpailut olivat molemmista löytyviä artikkeleja. Kouluruokailu.fi sivuston tämän hetkinen runkosuunnitelma on täysin kilpailukykyinen muiden aihetta käsittelevien sivustojen rinnalla.

10 Johtopäätökset

Työn tuotoksena syntyi kouluruokailu.fi Internet-sivujen runkosuunnitelma, jonka pohjalta sivuston tekniset toteuttajat tällä hetkellä työstävät sivuston ensimmäistä versiota.

Ensimmäisen version valmistuttua käynnistyy toinen opinnäytetyö, jonka tarkoituksena on kehittää sivuston sisältöä laajemmaksi ja testata jo olemassa olevaa versiota käyttäjillä. On ollut todella antoisaa olla mukana projektissa, jonka tuloksena syntyy jotakin konkreettista ja merkityksellistä.

Tarkasteltaessa noin vuoden kestänyttä opinnäytetyöprosessiani sen ollessa päätöksessä, voi vain todeta sen ollen sekä raskain että antoisin oppimiskokemus. Olen käynyt prosessin aikana läpi tunteita pettymyksestä valtaviin onnistumisen tunteisiin ja oivalluksiin. Merkittävin kasvaminen ja kehittyminen, käytännön tekstin tuottamisen ja aineiston haun ohella, on tapahtunut omien oppimismetodieni havaitsemisessa. Olen oppinut antamaan asioiden sisäistämiseen aikaa ja samalla myös ymmärtänyt, että opinnäytetyöprosessissa omien ajatusten hallitseminen ja koossa pitäminen on välillä täysin mahdotonta. On osattava kulkea prosessin mukana ja uskallettava palata välillä taaksepäin, vaikka se tuntuisi raskaalta.

Olen kaiken kaikkiaan todella tyytyväinen opinnäytetyöni lopputulokseen. Onnistuin rakentamaan omien tietojeni ja taitojeni pohjalta mielestäni äärimmäisen hyvän Internet-sivujen runkosuunnitelman. Omasta mielestäni runkosuunnitelmasta syntyviä Internet-sivuja voi kutsua Suomalaisen kouluruokailun imagon kohottamisen työkaluksi. Teoreettinen viitekehys tuki ja palveli kouluruokailu.fi sivuston suunnittelussa ja auttoi ymmärtämään etenkin median ja sosiaalisen median merkitystä nykypäivänä. Oli todella mielenkiintoista poiketa oman ydinosaamisensa alueelta ja tutkia Internet-sivujen suunnitteluun liittyvää teorial tietoa. Imagoon ja sen kehittämiseen liittyvät uudet tiedot havainnollistivat äärimmäisen hyvin käyttäjälähtöistä ajattelumallia. Käytännön ideointityössä sain korvaamatonta apua sekä Kaitaan koululta että Itäkeskuksen peruskoululta. Nuorilta saamieni ideoiden ja arvioiden pohjalta jouduin ja sain nähdä aivan uusia näkökulmia Internet-sivujen suunnittelussa.

Lähteet

Aaltola, J. Valli, R. 2010. Ikkunoita tutkimusmetodeihin. Jyväskylä: Ps-kustannus.

Aarnio, Enckell, Eräjäärvi & Jäntti. 2008. Suomalaisen kouluruokailun imago. Laurea-ammattikorkeakoulu.

Adair, J. 2009. The art of creative thinking. British Library Cataloguing-in-Publication Data.

Alasilta, A. 2000. Verkkoajan viestintä; Tulkinta, ilmaisu, vuorovaikutus. Helsinki: Kauppakaari.

Antinluoma, S. Guiland, A. 2009. Huomiota Suomalaisen kouluruokailun imagoon. Bolus 3/2009. Suomen ravitsemusterapeuttien yhdistys.

Erkkola, J-P. 2008. Lopputyö: Sosiaalisen median käsitteestä. Taideteollinen korkeakoulu.

Hasunen, K. Urho, U-M. 2003. Ylä-asteen kouluruokailu. Sosiaali- ja terveysministeriön selvityksiä.

Heinonen, U 2008. Sähköinen yhteisöllisyys. Kokemuksia vapaa-ajan, työn ja koulutuksen yhteisöistä verkossa. <https://oa.doria.fi/handle/10024/39380>. Luettu 20.10.2009.

Hintikka, K-A. 2007. Web 2.0: Johdatus Internetin uusiin liiketoimintamahdollisuuksiin. Helsinki: Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus.

Hirsjärvi, S. Remes, P & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Keuruu: Otava.

Hotanen, J. Laine, R. Pietiläinen, S. 2001. Benchmarking opas; Opi hyviltä esikuvilta. Espoo: Otamedia.

Hänninen, M. 2007. Asiantuntijakirjoitus sosiaalisesta mediasta. Helsingin yliopiston opetusteknologiakeskus.

Jauhola, P. Siipola, P. 1998. Vaasan yliopiston julkaisuja: Viralliset Imagot. Vaasa: Vaasan yliopisto.

Kalliala, E. Toikkanen, T. 2009. Sosiaalinen media opetuksessa. Tampere: Esa print.

Karvonen, E. 1997. Imagologia. Vammala: Vammalan kirjapaino.

Korpela, J,K. Linjama,T. 2005. Web-suunnittelu. Jyväskylä: Docendo Finland.

Kuutti, H. 2006. Uusi media sanasto. Jyväskylä: Atena kustannus.

Lahtinen, J. Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino.

Laitinen, L. 2006. Web 1:sen ja web 2:den erot.

<http://www.ttlry.fi/yhdistykset/sytyke/kirjasto/tiedonmuruja/>. Luettu 15.10.2009

Laitinen, K & Rissanen, M. 2007. Virtuaalisia yhteisöjä, ajatuksia ja avoimuutta. Sosiaalinen media oppimisen tukena. www.uku.fi/opk/julkaisut/SMOOT.pdf. Luettu 16.10.2009.

Lenhart,A. Madden,M. 2007. Social Networking Websites and Teens: An overview. Pew internet&American life project.

Liikkala, J. 1996. Ruokapalvelujen markkinointi. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Lintukangas, S. Manninen, M. Mikkola-Montonen, A. Palojoki, P. Partanen, M. Partanen, R. 2007, Kouluruokailun käsikirja; Laatueväitä koulutyöhön. Opetushallitus.

Lintukangas, S. Manner, M. Mikkola-Montonen, A. Mäkinen, E. Partanen, R. 1998, Kouluruokailu; Terveyttä ja tapoja. Opetushallitus.

Local Authority Caterers Association. 2009. <http://www.iloveschoolmeals.co.uk/>. Luettu 16.3.2010.

Mether, J. Rope, T. 1987. Mielikuvamarkkinointi. Espoo: Weilin&Göös.

Nielsen, J. Tahir, M. 2002. Kotisivun suunnittelu, miten teet vetävimmät web-sivut. Helsinki: Edita.

Niemi, H-K. Parviainen, S. Topp, J. 2008. Kouluruokailun imago kotitalousopettajien näkökulmasta. Laurea-ammattikorkeakoulu.

Ojasalo, K. Moilanen, T. Ritalahti,J. 2009. Kehittämistyön menetelmät uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki; WSOY.

Parkkinen, K. Sertti, P. 2006. Avain ravitsemukseen. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Pirouz, R. 2002. Kotisivut- parantelu ja virittäminen. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino.

Pitkänen, K. 2001. Yrityskuva ja maine menestystekijöinä. Helsinki: Edita.

Reinikainen, P. 2008. Näin paljon kouluruoka maksaa nyt.

http://www.iltalehti.fi/uutiset/200809148249989_uu.shtml. Luettu 21.10.2009.

Rope, T. Vesanen, J. 2003. 100 keinoa hyödyntää internetiä. Juva: WSOY.

Scoble, R. 2007. What is social media? <http://scobleizer.com/2007/02/16/what-is-social-media/>. Luettu 14.10.2009.

Scoble, R. Shel Israel. Blogit ja bisnes, yritys 2.0. 2008. Helsinki: Cosmo print.

STT. 2009. Tampereen kouluruoka joutui uuteen valmisteluun.

http://www.iltalehti.fi/tampere/200903249295570_te.shtml. Luettu 21.10.2009.

Uimonen, R. Ikävalko, E. 1996. Mielikuvien maailma. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino.

Kuviot ja kuvat

Kuvio 1: 8x8-malli.....	23
Kuvio 2: 8x8 kouluruokailu	26
Kuvio 3: 8x8 Kouluruokailu.fi	28
Kuva 1: Kouluruokailu.fi etusivu	31
Kuva 2: Kouluruokailu.fi etusivun lopullinen versio.....	38

Liite 1: Kouluruokailu.fi arviointilomake

Kouluruokailu.fi

Arviointilomake

Arvioi seuraavia aiheita arvosanoilla 1-5 (1=huonoin ja 5=paras)

1. Kouluruokailu.fi sivuston nimi?

1 2 3 4 5

2. Kouluruokailu nuorille suunnatun internet sivuston aiheena?

1 2 3 4 5

3. Kouluruokailu.fi sivuston otsikot?

Etusivu	1	2	3	4	5
---------	---	---	---	---	---

Oma koulu	1	2	3	4	5
-----------	---	---	---	---	---

Oma ateria	1	2	3	4	5
------------	---	---	---	---	---

Peli	1	2	3	4	5
------	---	---	---	---	---

Muita otsikko ehdotuksia kouluruokailu.fi sivustolle?

4. Kouluruokailu.fi sivuston sisältö?

Ruokalistat	1	2	3	4	5
-------------	---	---	---	---	---

Keskustelupalsta	1	2	3	4	5
------------------	---	---	---	---	---

Ravitsemustieto	1	2	3	4	5
-----------------	---	---	---	---	---

Ravitsemuslaskuri	1	2	3	4	5
-------------------	---	---	---	---	---

Kilpailut	1	2	3	4	5
-----------	---	---	---	---	---

Oma kansio	1	2	3	4	5
------------	---	---	---	---	---

Reseptit	1	2	3	4	5
----------	---	---	---	---	---

Linkit	1	2	3	4	5
--------	---	---	---	---	---

Muita sisältö ehdotuksia kouluruokailu.fi sivustolle?

5. Millaiset linkit olisivat mielestäsi hyödyllisiä kouluruokailu.fi sivustolla?

6. Käyttäisitkö kouluruokailu.fi palvelua, mikäli se olisi olemassa? Arvioi asteikolla 1-5 (1=epätodennäköisesti 5=erittäin todennäköisesti)

1 2 3 4 5

7. Minkä kokonaisarvosanan asteikolla 1-5 antaisit kouluruokailu.fi sivuston runkosuunnitelmalle? (1=huonoin ja 5=paras)

1 2 3 4 5

Kiitos vastauksestasi!